

KPSS İŞLETME ALAN BİLGİSİ TESTİNDE YER ALAN PAZARLAMA BİLİMİ İLE İLİŞKİLİ SORULARIN İNCELENMESİ

Yetkili Yazar | Correspondent Author: Mehmet Can DEMİRTAŞ

Examining the Marketing Related Questions in the KPSS Business Administration Field Test



Yazar(lar) | Author(s)
Mehmet Can DEMİRTAŞ¹

MAKALE BİLGİSİ	ÖZ
<p>Makale Geliş Tarihi :07/04/2022 Makale Kabul Tarihi :25/05/2022</p> <p>Anahtar Kelimeler: Kamu Personeli Seçme Sınavı, İşletme Bilimi Alan Testi, Pazarlama Bilimi.</p>	<p>Kamu Personeli Seçme Sınavı (KPSS) 18.03.2002 tarihli ve 3975 Sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile yürürlüğe giren ve ilk defa kamu hizmeti ve görevlerine atanacakların seçimi amacıyla oluşturulan, ilk olarak 2002 tarihi itibari ile Türkiye’de uygulanmaya başlanan sınav olarak bilinmektedir. Bu çalışmanın temel amacı; KPSS içerisinde yer alan pazarlama bilimi ile ilişkili soruların değerlendirilerek alana ilişkin çıkarımların gerçekleştirilmesidir. Ayrıca, işletme alan puanı hesaplanması sürecinde pazarlama sorularının da etkili olması ile sadece işletme alan mezunlarının değil, işletme puan türünde tercih gerçekleştirmek isteyen tüm adaylar açısından değerli bilgiler sunma potansiyeli de taşımaktadır. Betimsel bir tarama modeli olarak doküman analizi yardımı ile 2006-2018 yılları arasındaki Kamu Personeli Seçme Sınavında pazarlama bilimi kapsamında değerlendirilen 101 adet soru incelenmiş olup; çalışma sonucunda; pazarlama bilimi ile ilişkili soruların pazarlama karması, stratejik pazarlama, tüketici davranışları, hizmet pazarlaması, pazarlama kavramı, uluslararası pazarlama, örgütsel pazarlama, pazarlama çevresi, pazarlama araştırmaları, marka yönetimi, pazarlama çeşitleri, pazar ölçümlemesi, e-pazarlama, perakendecilik ve pazarlama bilgi sistemleri konuları içeriğinde oluşturulduğu; sınavlarda yer alan soruların 75’inin, diğer bir anlamda soru toplamının %74,22’sinin, pazarlama karması, stratejik pazarlama, tüketici davranışları ve hizmet pazarlaması konularına yönelik olduğu tespit edilmiştir. Pazarlama alt alanları açısından en yüksek frekans değerlerine sahip pazarlama konuları ise; büyüme stratejileri, hizmetlerin özellikleri ve bölümlendirme stratejileri elde edilen bulgular arasındadır.</p>
ARTICLE INFORMATION	ABSTRACT
<p>Submission Date :07/04/2022 Accepted Date :25/05/2022</p>	<p>The Public Personnel Selection Examination (KPSS) which came into force with the decision of the Council of Ministers dated 18/03/2002 and numbered 3975, and was created for the first time for the selection of those who will be appointed to public service and duties, and was first implemented in Turkey as of 2002. The main purpose of this study is to evaluate the questions related to marketing science in the KPSS and to make inferences about the field. In addition, being effective in the calculation of the business field score, marketing questions have the</p>

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Kırklareli Üniversitesi İİBF, ORCID No: 0000-0002-4116-2415, e-posta: mehmetcan.demirtas@klu.edu.tr

Keywords: Public Personnel Selection Exam, Business Science Test, Marketing Science.

potential to provide valuable information not only for business graduates but also for all individuals who want to make a choice in the business score type. With the help of document analysis as a descriptive scanning model, 101 questions evaluated within the scope of marketing science in the KPSS exams between 2006-2018 and as a result of the study, the questions related to marketing science were marketing mix, strategic marketing, consumer behavior, service marketing, marketing concept, international marketing, organizational marketing, marketing environment, marketing research, brand management, marketing types, market measurement, e-marketing, retailing and marketing information systems; It has been determined that 75 of the questions in the exams, in other words 74.22% of the total questions, are about marketing mix, strategic marketing, consumer behavior and service marketing. Marketing subjects with the highest frequency values in terms of marketing sub-fields are; growth strategies, characteristics of services and segmentation strategies.

1. Giriş

“Çocukların ve gençlerin toplum yaşayışında yerlerini almaları için gerekli bilgi, beceri ve anlayışları elde etmelerine, kişiliklerini geliştirmelerine okul içinde veya dışında, doğrudan veya dolaylı yardım etme, terbiye” (TDK, 2022) olarak ifade edilen eğitim kavramı, bireylere yeterlilik, bilgi, beceri ve eğilimlerin aktarılması ile ilgilidir. Eğitim aracılığı ile bireyler karmaşık modern toplumsal yapılarda hayatlarını sürdürme, kültürel, mesleki, politik ve dini gelenekler çerçevesinde temsil edilme imkânı elde etmektedir (Biesta, 2015: 77). İlgili husus ise eğitim sürecinde bireyin elde ettiği kazanımlar yolu ile yani diğer bir ifade ile öğrenme yolu ile gerçekleşmektedir. Öğrenme; insanı farklılaştıran en temel niteliklerden birisi olarak (Odabaşı ve Barış, 2011: 77) bireylerin bilinçli ya da bilinçsiz olarak etkileşimde buldukları yaşantılar neticesinde meydana gelen ve bireyde bilişsel, duyuşsal ve devinişsel değişimlerin ortaya çıkmasına olanak sağlayan bir süreçtir (Keleş ve Çepni, 2006: 66). Bireylerin eğitim sürecinde elde ettikleri kazanımların değerlendirilmesi amacıyla sistematik bir şekilde gerçekleştirilen sınav ya da sınav benzeri uygulamalar, öğrenmeye yönelik ölçme ve değerlendirmelerin gerçekleştirilmesine olanak tanımaktadır. Ölçme ve değerlendirme bir programın amacına ulaşıp ulaşmadığını, programla birlikte yapılan öğrenme etkinliklerinden yeterli düzeyde verim alınmasını ölçmek bakımından çok önemlidir (Karadüz, 2009: 189).

Mal ve hizmetlerin üreticiden tüketiciye ya da kullanıcıya akışını düzenleyen (Tokol, 2007: 1) ve dolayısı ile işletmelerin en temel amaçlarının gerçekleşmesine olanak tanıyan fonksiyon (Guiltinan, Paul ve Madden, 1997: 19) olarak değerlendirilen pazarlama kavramı, gerek işletme gerekse de toplumsal ilerlemede yararlanılan bir bilim dalıdır. Pazarlama bilimine ilişkin teorik bilgiler Türkiye’de meslek liseleri aracılığı ile orta öğretim, üniversiteler aracılığı ile ise yükseköğretim düzeyinde eğitim sistemine dahil edilmektedir. Pazarlama bilimine ilişkin eğitim, her türlü mübadele işleminde

tarafına değer yönlü katkı hedefi taşıyan modern pazarlama anlayışının toplumsal temelde öğrenilmesine yardımcı olarak pazarlama kültürünün gelişimine olanak tanımaktadır. Ancak eğitim sisteminin bir parçası olarak ölçme değerlendirme süreçleri pazarlama bilimi eğitiminde de yer almakta, yükseköğretimde gerçekleştirilen ölçme yöntemleri kadar, mezunların pazarlama bilgisi düzeylerinin tespiti için kamu ve özel girişimler tarafından da çeşitli ölçme yöntemleri kullanılmaktadır. Türkiye’de kamu sektörünün istihdam ihtiyaçlarına uygun adayların tespiti sürecinde güncel olarak kullanılan ölçme yöntemi “KPSS” olarak kısaltılmakta olan “Kamu Personeli Seçme Sınavı”dır. KPSS, 18.03.2002 tarihli ve 3975 Sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile yürürlüğe giren ve ilk defa kamu hizmeti ve görevlerine atanacakların seçimi amacıyla oluşturulan, Türkiye’de her yıl Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi (OSYM) tarafından açıklanan takvim çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Kamu hizmetlerine yönelik istihdam talebinin karşılanmasında bir eleme aracı konumunda (Karaca, 2011) yer alan KPSS, Baştürk (2007)’ün de belirttiği üzere Türkiye’de yer alan birçok özel ve kamu üniversitesinin ülkenin ihtiyacından fazla aday mezun etmesi ve dolayısı ile ortaya çıkan aday enflasyonu nedeni ile bireylerin kamu hizmetlerine atanmalarında merkezi sınav sistemi sonuçlarının kullanılması amacıyla uygulanmakta olan bir sınavdır. Sınav içerik itibari ile birçok farklı bilim alanını kapsamaktadır. Sınav kapsamında adaylar atama hakkı elde etmek için mezun oldukları birim fark etmeksizin genel kültür ve genel yetenek adı verilen testlere ve sonrasında ise hedef kurumlara yönelik ilgili alan testlerine tabi tutulmaktadır. KPSS alan sınavları arasında yer alan testlerden biri de işletme bilimi ile ilgilidir. İlgili sınav içeriğinde işletme fonksiyonları arasında yer alan yönetim, üretim, finans ve pazarlama fonksiyonlarına ilişkin çoktan seçmeli 40 soru yer almaktadır. Adayların işletme puan türleri ile TBMM, Hazine Müsteşarlığı, AB Genel Sekreterliği, BDDK, İller Bankası gibi birçok kamu kuruluşunda kariyer mesleklerine atanma hakkı elde etmektedirler. KPSS sınavına giren adayların puanlarının hesaplanması sürecinde oldukça çok sayıda alternatifi içeren puan türleri söz konusu olmaktadır. Adaylar diledikleri puan türlerinin hangi bilim dallarının sınavlarından oluştuğu bilinci ile tercihlerini gerçekleştirmektedir. İşletme alanı sınavı puan hesaplamaları, her bir bilim alanının sahip olduğu katsayının kullanıldığı bir matematiksel model yardımı ile elde edilmektedir. Örneğin, işletme alanı ile ilişkili olan KPSS 24 puan türünün hesaplanması için kullanılan matematiksel model “Genel Yetenek*0,2+Genel Kültür*0,2+İşletme*0,6” örneği ile açıklanabilmektedir. Dolayısı ile adayların işletme alan bilgileri sonucu yüksek puan almaları birçok kamu kurumunda çalışma imkânı elde etmelerine de yardımcı olmaktadır.

Değişim olgusunun sürekliliği, eğitim konusuna olan bakışı da etkilemektedir. Bireylerin eğitim hayatlarında orta öğretim, ön lisans ya da lisans düzeylerini

tamamlamaları, geçmiş dönemlerde belirli bir meslek sahipliği için yeterli görülmekte iken, günümüzde ise durum değişmiştir. Özellikle işsizlik rakamlarının yüksek seyrettiği dönemlerde iş arama süreçleri çok daha zorlu gerçekleşebilmekte, bireyler istihdam kaynaklarına yönelik taleplerini arttırmaktadır. Ek olarak, özel girişimler kadar kamu sektöründe yer alan kurumların potansiyel işgücünden beklentilerinin giderek artması ve nitelik arayışında olmaları, iş gücü piyasasının beklentiler ile benzerliğini ölçme girişimlerine neden olmaktadır. İşsizlik rakamlarının birçok çevresel faktör etkisinde giderek artması, işgücü piyasasında yer alan bireylerin çok sayıda alternatifi değerlendirmelerine de etki etmektedir. Tablo 1 kapsamında Türkiye’de işsizlik ve KPSS’ye katılıma yönelik istatistikler sunulmaktadır.

Tablo 1. Türkiye’de İşsizlik Rakamları ve KPSS Genel Kültür-Genel Yetenek ve İşletme Alanı Testleri Aday Sayıları ve Ortalama Değerler

Yıl	15-24 Yaş İşsizliği		Genel Kültür		Genel Yetenek		İşletme Alan Testi	
	%	%	Aday Sayısı	Ortalama Net	Aday Sayısı	Ortalama Net	Aday Sayısı	Ortalama Net
2006	8,72	16,17	430.088	28,56	440.380	33,65	115.818	3,28
2007	8,87	16,93	299.734	31,11	300.385	37,87	56.015	5,06
2008	9,71	18,13	530.198	28	531.973	34,71	99.797	3,91
2009	12,55	22,44	408.749	26,65	411.036	31,17	90.437	5,99
2010	10,66	19,46	803.295	29,69	807.820	37,07	135.040	7,38
2011	8,8	16,46	411.741	27,25	412.780	34,07	97.234	4,87
2012	8,15	15,43	924.768	24,21	931.065	29,41	149.914	5,75
2013	8,73	16,64	448.636	21,26	450.620	26,75	95.851	6,97
2014	9,88	17,56	1.128.032	18,62	1.128.032	25,59	93.239	4,36
2015	10,24	18,21	603.447	21,56	603.447	22,86	69.683	4,76
2016	10,84	19,78	1.221.592	23,17	1.231.828	21,38	129.899	3,82
2017	10,82	20,15	658.641	24,01	661.432	20,51	90.093	7,60
2018	10,89	19,78	1.160.016	19,18	1.171.680	23,50	69.813	7,87
2019	13,67	24,71	604.854	21,84	608.263	21,44	48.009	7,87
2020	13,11	24,54	1.283.882	19,45	1.297.429	19,39	55.468	10,83
2021	-	-	652.926	22,2	652.916	20,5	33.483	7,16

Kaynak: ÖSYM (2022), <https://www.osym.gov.tr/TR,22656/2022.html>; WB (2022), <https://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.TOTL.ZS?locations=TR> adresinden derlenmiştir.

Tablo 1 üzerinde belirtilen istatistik değerlerden hareketle, KPSS’ye yönelik talebin işsizlik rakamları ile göreceli olarak doğrusal bir ilişki gösterdiği dolayısı ile özellikle de 2015 yılı sonrası zaman diliminde sınava katılan aday sayısının giderek artmakta olduğu görülmektedir. Aday sayısının artışı ise sınırlı sayıda atama hakkına yönelik oldukça şiddetli bir rekabetin var olmasına neden olmaktadır. Dolayısı ile sınavda elde edilen net sayısının yüksekliği, potansiyel olarak istihdam fırsatını yaratacaktır. Ancak tablo üzerinden inceleneceği üzere, genel kültür ve genel yetenek sınavlarındaki ortalama net sayılarının yıllar itibari ile düşüş gösterdiği, işletme alan

sınavı için ise bu değerlerin oldukça düşük gerçekleştiği görülmektedir. Buradan hareketle sınavlarda yüksek puanlara yönelik teorik altyapının oluşturulması kadar, sınava yönelik pratik değerlendirmelerin de önemli olduğu değerlendirilmektedir.

Bu çalışma, KPSS Alan Bilgisi testi kapsamında yer alan işletme bilimi sorularındaki pazarlama bilimi ile ilişkili soruları içerik yönlü analiz etmeyi ve sınıflandırmayı amaçlamaktadır. Çalışma giriş bölümünü takip edecek şekilde, KPSS sınavı ile ilgili literatür özetinin sunumu, yöntemin açıklanması, bulguların değerlendirilmesi ve sonuç ve önerilerin paylaşılması sıralamasında hazırlanmaktadır.

2. Literatür Özeti

Kamu Personeli Seçme Sınavı (KPSS) ile ilişkili ulusal literatürün oldukça zengin olduğu, araştırmacıların alana yönelik ilgileri ile çok çeşitli konu başlıklarında araştırmaların ortaya çıkmasına katkı sundukları görülmektedir. Çalışma alanına ilişkin literatürün; “aday görüşleri”, “akademik başarı ile sınav başarısı arasındaki ilişki”, “adayların psikolojik konumları”, “sınava hazırlık süreçleri” ve “sınav sorularına yönelik değerlendirmeler” gibi beş başlıkta incelenmesinin mümkün olduğu değerlendirilmektedir. Çalışma, literatüre ilişkin gerçekleştirilen sınıflandırmaya uygun şekilde ilerlemektedir.

KPSS’ye ilişkin aday görüşleri odağında hazırlanan eserler incelendiğinde; adayların sınavın geleceklere yönelik etkisinin yüksek olduğunu ve sınava hazırlanma döneminde maddi ve manevi zorluklarla karşılaştıklarını, sınavın “seçme” konusunda başarılı olmadığını ve üniversitelerde KPSS’ye yönelik öğretim yapılmadığını düşündükleri bulgulanmaktadır (Gündoğdu, Çimen ve Turan, 2008). Memduhoğlu ve Kayan (2017)’a göre ise öğretmen adayları, KPSS’nin öğretmenlik becerilerini ölçmede yetersiz kaldığını; ilgili sınav ile atamaların yapılmasını en makul yöntem olarak gördüklerini belirtmektedir. Erdem ve Soylu (2013) ise öğretmen adaylarının, öğretmen seçiminde sadece KPSS sınavının yeterli olmadığını, başka faktörlerin de göz önünde bulundurulması gerektiğini düşünmekte olduklarını tespit etmiştir. Benzer şekilde Atav ve Sönmez (2013)’e göre öğretmen adayları KPSS sınav içeriği ile üniversitelerde yürütülmekte olan teorik eğitimin uyumunu yeterli görmemekte, sınav hazırlığına yönelik ek eğitim ihtiyacı hissettiklerini ve sınav sisteminin sadece teorik değil aynı zamanda uygulamalı aşamalar ile zenginleştirilmesi gerektiğini düşünmektedirler. Karataş ve Güleş (2013) öğretmen adaylarının KPSS sınavının objektifliğine yönelik şüphe duyduklarını, sınavın genel kültür, genel yetenek ve eğitim bilimleri alanlarında bilgi düzeyini yeterince ölçülemediğini düşündüklerini tespit etmiştir. Tösten (2012) ilköğretim öğretmenleri üzerinde gerçekleştirdiği araştırmasında benzer şekilde, KPSS’nin nitelik temelli bir seçim gerçekleştirmeye yeterli olmadığını, objektiflik ve

güncellik konusunda eksikliklere sahip olduğunu belirtmektedir. Epçaçan (2016) KPSS'ye yönelik algıları metaforik açıdan değerlendirdiği çalışma sonucunda adayların KPSS sınavını değerlendirme sürecinde, “yarış, hastalık, kâbus, rotasızlık, saçmalık ve yaratık” kategorileri altında sınıflandırmalarda buldukları bulgularmıştır.

KPSS ile ilgili akademik araştırmaların yoğunlaştığı bir diğer konu başlığı akademik başarı ile sınav başarısı arasındaki ilişkinin değerlendirilmesine yöneliktir. Bahar (2011) KPSS ve ÖSS puanları ile lisans mezuniyet not ortalamasının KPSS10 puanına yönelik anlamlı bir etkisinin olduğunu tespit etmekle birlikte, atamalarda niteliğin sağlanması adına adayların lisans mezuniyet not ortalamalarının da değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Kablan (2010)'a göre ise adayların üniversite mezuniyet not ortalamaları ile eğitim bilimleri testi başarısı arasında anlamlı ve güçlü, genel yetenek ve genel kültür testleri başarısı arasında ise zayıf ilişkinin varlığı söz konusudur. Bahar (2006) KPSS puanı ile akademik başarı ve cinsiyet arasındaki ilişkiye odaklandığı çalışması sonucunda kadın adayların erkek adaylara göre mezuniyette daha yüksek akademik başarıya sahip olduğunu, KPSS puanları açısından erkek adayların anlamlı olarak yüksek ortalamalara sahip olduğunu tespit etmiştir. Benzer bir araştırma Özkan ve Pektaş (2011) tarafından gerçekleştirilmiş olup; araştırma sonucunda öğretmen adaylarının mezuniyet başarı puanı ile KPSS puanı arasında düşük seviyede pozitif yönde bir ilişkinin olduğu aynı zamanda lisans başarı notlarının KPSS puanı üzerindeki etkisinin yüzde 3'lük kısmını yordadığı tespit edilmiştir. Akademik başarı ile KPSS arasındaki ilişkiyi değerlendiren bir diğer araştırmada akademik başarı ile KPSS başarı puanları arasında ve ÖSS ve KPSS başarı puanları ile akademik başarı puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunmuştur (Ercoşkun ve Nalçacı, 2009).

KPSS ile ilgili gerçekleştirilen akademik çalışmaların yöneldiği bir diğer odak noktası adayların psikolojik konumları ile ilgilidir. Gündoğdu, Çimen ve Turan (2008)'a göre KPSS; adayların kaygı düzeyleri üzerinde olumsuz bir etki yaratmaktadır. Tösten (2012)'e göre KPSS öğretmen adaylarının ruh sağlığını olumsuz yönde etkilemekte, öğretmenleri hazırlanma sürecinde ezberle itmektedir. Güven ve Dak (2017)'a göre ise KPSS, gereksiz bir rekabet ortamı ve geleceğe dönük belirsizlikler oluşturmada, kaygı ve stres gibi faktörlerle birlikte adayların yaşam kalitesini olumsuz yönde etkilemektedir. Özay Köse, Diken ve Gül (2017) çalışmalarında KPSS kaygı düzeyi ile tükenmişlik arasında pozitif yönlü ilişkinin varlığını tespit ederek, cinsiyet bağlamında erkek adayların kadın adaylara göre kaygı düzeylerinin daha düşük olduğunu bulgulamaktadırlar. Baştürk (2007)'e göre ise erkek adaylar kadın adaylardan daha yüksek düzeyde sınav kaygısı hissetmektedir. Çalışmasında yazar, KPSS sınavına iki ya

da daha fazla katılan adayların daha önce sınava katılmayan adaylara göre kaygı seviyelerinin daha yüksek olduğunu tespit etmiştir.

KPSS ile ilgili çalışmaların yoğunlaştığı konu başlıklarından diğer bir tanesi de adayların sınava hazırlık süreçleri ile ilgilidir. Karataş ve Güleş (2013)'e göre öğretmen adayları eğitim fakültelerinde aldıkları eğitimin KPSS başarısı için yeterli olmadığını dolayısı ile sınava hazırlık amaçlı dershanelere gitme ihtiyacı duyduklarını belirtmektedir. Kuran (2012)'a göre KPSS için hazırlık sürecinde adaylar düzenli bir şekilde çalışma isteği nedeni ile hazırlık kurslarını tercih etmektedir. Çalışmada yazar adayların akademik eğitim haricinde ilgili hazırlık kurslarına yönelik taleplerinde konuların sınav kapsamına uygun bir şekilde sık tekrar edilmesini ve sıklıkla deneme sınavlarına tabi olmalarını önemli faktörler olarak bulgulanmaktadır. Gökçe (2013) ise lisans öğrencileri ve formasyon eğitimi almakta olan bireyleri dahil ettiği alan araştırması sonucunda, katılımcıların önemli bir bölümünün akademik başarıları ile KPSS başarısı arasında bir ilişkinin olmadığını; KPSS sınavı içeriğinin fakültede alınan dersler ile kısmen örtüşmekte olduğunu ve bu nedenle de sınava hazırlık sürecinde hazırlık kurslarına ihtiyaç duyduklarını tespit etmiştir.

Çalışmanın literatür özetinde üzerinde durulan son konu başlığı ise “sınav sorularına yönelik değerlendirmeler” özelinde gerçekleştirilen çalışmalar ile ilgilidir. Erarslan (2011) gerçekleştirdiği alan araştırması ile KPSS sınavına hazırlanan öğrencilerin sınavın bilgi ölçmede yeterli olmadığını, sadece bilişsel becerilerin ölçümüne odaklanan bir sınav yapısının mevcut olduğunu ve duyuşsal becerilerin de ölçülmesi gerektiğini düşündüklerini bulgulanmıştır. KPSS sınavında öğretmenlik meslek derslerine ilişkin soruların geçerliliği üzerine odaklanan bir araştırma sonucunda, öğretmenlik programı ile uyumlu bir soru dağılımının yer almadığı ve öğretmenlik meslek derslerinde kazanılan davranışların sınırlı bir kısmının KPSS’de ölçüldüğü sonucu elde edilmiştir (Başkan ve Alev, 2009). KPSS sınavına yönelik yeterliliklerin araştırıldığı bir diğer çalışmada ise, eğitim bilimleri testi kapsamında öğretmenlik mesleği genel yeterlilikleri ve meslek bilgi derslerinin yeterince dikkate alınmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Deryakulu, 2011). Karaer (2019) ise analitik kimya alanında KPSS’de yer alan sınav sorularını “Yenilenmiş Bloom Taksonomisi” aracılığı ile değerlendirmiştir. 83 soruyu kapsayan analiz süreci sonucunda, bilişsel süreç boyutlarında “hatırlama”, “anlama”, “uygulama” ve “çözümleme” alt boyutlarının, bilgi boyutunda “kavramsal” ve “işlemsel” soruların çok önemli bir yüzdeye sahip olduğu ve üstbilişsel bilgi boyutunda ise soru yer almadığı tespit edilmiştir. Bahse konu taksonomi coğrafya soruları kapsamında Coşkun ve Kartal (2020) tarafından bir araştırmaya tabi tutulmuş olup, analiz sonucunda soruların önemli bir kısmının bilişsel süreç boyutunda “hatırlama”, “anlama” kısmından meydana geldiğini; ancak “uygulama”, “analiz etme”,

“değerlendirme” ve “yaratma” bilişsel süreç boyutlarına ilişkin herhangi bir sorunun bulunmadığını tespit etmişlerdir. Sözen ve Türksever (2019) KPSS ÖABT (Öğretmenlik Alan Bilgisi Testi) kapsamında yer alan coğrafya sorularını değerlendirdiği çalışmada, soruların genel olarak %45’inin beşeri ve ekonomik coğrafyadan, %35’inin fiziki coğrafyadan ve %20’sinin de öğretmenlik alan bilgisinden oluşmakta olduğunu belirlemiştir. Yiğit ve Alev (2015) ise aynı sınav kapsamında fizik öğretmenliği sorularını değerlendirdiği çalışmada, KPSS sorularının fizik öğretmenliği özel alan yeterliklerinin yeterince dikkate alınmadan hazırlanmakta olduğunu bulgulamışlardır.

3. Araştırma Metodolojisi

Bu araştırmanın temel amacı; KPSS’ de İşletme Alan Bilgisi Testi kapsamında yer alan pazarlama bilimi ile ilgili soruların değerlendirilmesidir. Ayrıca araştırma, KPSS sonrası elde edilen puanlar ile kamu kurumlarında istihdama katılmak isteyen bireylere yönelik anlamlı katkılar sunma hedefi taşımaktadır. Çalışmanın giriş kısmında belirtildiği üzere işletme alan testinde adayların ortalama net sayılarının oldukça düşük olduğu tespit edilmekle birlikte, çalışma sonuçlarının adaylar tarafından değerlendirilmesi ile pazarlama soruları kapsamında verilecek doğru cevapların artması ile ortalama net düzeyinin de artacağı düşünülmektedir. Araştırma konusuna yönelik literatürde işletme alanı ile ilgili çalışmaların bulunmaması, gerçekleştirilen çalışmanın işletme bilimi ve pazarlama bilimi kapsamında literatüre özgün katkı sunmasını sağlamaktadır. Araştırmada yanıtlanmak istenen temel problemler ise şu şekildedir:

- KPSS İşletme Alan Bilgisi Testi içerisinde pazarlama bilimi ile ilişkili soruların dağılımı nasıldır?
- KPSS İşletme Alan Bilgisi Testi içerisinde yer alan pazarlama bilimi ile ilişkili soruların pazarlama bilimi kapsamında hitap ettikleri alt alan dağılımları nasıldır?

Araştırmada ikincil veriler üzerinden hareket edilmiş olup; doküman analizi sonucu elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırma kapsamında veriler Türkiye’de KPSS’nin uygulamasını gerçekleştiren “Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi” (ÖSYM)’nin internet platformu üzerinden kamuya açıkladığı sorulara ait kitapçıklardan elde edilmiştir. Araştırma verileri 2006-2018 yılları arasında gerçekleştirilen sınavlarda yer alan yüz bir (101) soruyu kapsamaktadır. 2019 yılı ve sonrası dönemde gerçekleştirilen sınav sorularının ÖSYM tarafından erişimi sınırlı olacak şekilde (%10) kamuya açıklanması, ilgili yıllara ait verinin çalışma kapsamında yer almamasına neden olarak araştırmanın kısıtını ortaya çıkarmaktadır. Verilerin analizi sürecinde her bir sorunun pazarlama bilimi ile ilişkisi pazarlama bilimi temel

alan ve temel alana ilişkin alt alan eşleştirmesi yolu ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma sürecinde değerlendirilen pazarlama sorularının hangi pazarlama alanına ait olduğunun tespitinde ise Odabaşı ve Barış (2011), Tek ve Özgül (2013), Tokol (2007), Aytuğ ve Özgüven (2012), Mucuk (2006) eserlerinde yer alan içerikler göz önünde bulundurulmuştur.

Yazar çalışmanın bütününde bilimsel araştırma ve yayın etiği değerlerine uygun hareket etmiştir. Çalışma, araştırma verilerinin kamuya açık bir platform olan osym.gov.tr web sitesi üzerinden elde edilmesi ve Ulakbim TR Dizin kriterleri çerçevesinde “uygun şekilde anonimleştirilmiş veri setlerinin ikincil analizleri etik kurul incelemesi gerektirmez” ifadeleri nedeni ile etik kurul incelemesine tabi tutulmamıştır (Ulakbim, 2022). Sorulara ait fikri mülkiyete aykırı yazından kaçınmak amacı ile sınavlarda yer alan soru ifadelerindeki ana fikir ya da önermeler tablolar içerisinde sunularak değerlendirilmiştir.

4. Araştırmanın Bulguları

Çalışma kapsamında araştırma bulgularının değerlendirilmesi süreci öncelikle araştırma verilerinin elde edildiği dönem aralığı olan 2006-2018 yılları arasında gerçekleşen KPSS’ de yer alan pazarlama bilimi ile ilişkili sorulara ait sayısal dağılımın gösterilmesi ile başlamaktadır. İlgili yıllarda gerçekleşen sınavlarda toplam 101 adet soru yer almakta olup; sorulara ilişkin dağılım Tablo 2 içerisinde gösterilmektedir.

Tablo 2. KPSS İşletme Alan Testi ve Pazarlama Bilimi Sorularına İlişkin Sayısal Veriler

Snav Yılı	İşletme Alan Testi Soru Sayısı	Pazarlama Bilimi Kapsamında Değerlendirilen Soru Sayısı	Soru Yüzdesi (%)
2006	40	8	20
2007	40	8	20
2008	40	8	20
2009	40	8	20
2010	40	8	20
2011	40	8	20
2012	40	8	20
2013	40	8	20
2014	30	8	26,6
2015	30	6	20
2016	30	7	17,5
2017	40	8	20
2018	40	8	20

Kaynak: osym.gov.tr adresinden elde edilen bilgiler doğrultusunda yazar tarafından derlenmiştir.

Tablo 2 incelendiğinde 2006-2018 yılları arasında gerçekleşen Kamu Personeli Seçme Sınavı işletme alan testi içerisinde pazarlama bilimi ile ilişkili soruların %17,5-%26,6 aralığında bulunan bir dağılıma sahip olduğu dolayısı ile sınav başarısı üzerinde

etkili olan bir bölümü meydana getirdiği görülmektedir. Bu nedenle de her bir yıla ait sınav sorularının pazarlama bilimi kapsamında değerlendirilmesi önemli görülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın bulgular başlığı altında 2006-2018 yılları arası gerçekleşen her bir sınava ilişkin soru dağılımları ayrıntılı olarak değerlendirilmektedir. Böylelikle KPSS sınavı kapsamında yıllar itibari ile ortaya çıkan soru dağılımının açıklanması da mümkün kılınmaktadır. Araştırma verilerinin değerlendirilmesi sürecine 2006 yılında gerçekleştirilen sınava ait veriler ile devam edilmektedir. 2006 yılında adaylara yöneltilen pazarlama ile ilişkili sorulara ait bulgular Tablo 3 içerisinde gösterilmektedir.

Tablo 3. 2006 Yılı KPSS İşletme Alan Testi Pazarlama Soruları Dağılımı

Soru No	Soru İfadesinde Yer Alan Öz	Pazarlama Temel Alanı	Pazarlama Alan Konusu	Soru Ana Hedefi
1	“Yakın ilişkili ve benzer şekilde pazarlanan ürünler”	Pazarlama Karması	Ürün Alt Karması	Ürün Dizisi Kararları
2	“Tüketicinin düşünme ya da değerlendirme yapmadan ürün satın alması”	Tüketici Davranışları	Tüketici Satın Alma Karar Süreci	Tüketici Sorun Çözme Davranışı
3	“Endüstriyel pazar özellikleri”	Örgütsel Pazarlama	Endüstriyel Pazarlar	Endüstriyel Pazar Özellikleri
4	“Tutundurma alt karması bileşeni örneği olarak fuarlar”	Pazarlama Karması	Tutundurma Alt Karması	Satış Tutundurma
5	“Pazara derinliğine girme stratejisi koşulları”	Stratejik Pazarlama	Temel İşletme Stratejileri	Büyüme Stratejileri
6	“Ürün yaşam eğrisi safha stratejileri”	Pazarlama Karması	Ürün Alt Karması	Ürün Yaşam Eğrisi Stratejileri
7	“BCG Matrisi-Yıldızlar”	Stratejik Pazarlama	Portföy Analizleri	BCG Matrisi
8	“Bir markaya ait ürünün satışının markaya ait diğer bir ürünün satışına bağlı kılma stratejisi”	Marka Yönetimi	Marka Stratejileri	Aile Markası Stratejileri

2006 yılı KPSS İşletme Alan Testi içerisinde yer alan pazarlama bilimi soruları incelendiğinde; adaylara toplam sekiz sorunun yöneltildiği ve soru dağılımının ise, üç sorunun pazarlama karması, iki sorunun stratejik pazarlama ve birer adet sorunun ise tüketici davranışları, örgütsel pazarlama ve marka yönetimi kapsamında hazırlandığı görülmektedir. Pazarlama karması içerisinde ürün ve tutundurma alt karmasının, stratejik pazarlama ile ilişkili olarak ise pazara giriş stratejileri ve portföy matrislerinin adaylara yöneltildiği görülmektedir. 2007 yılında gerçekleştirilen KPSS İşletme Alan Testi içerisinde adaylara yöneltilen pazarlama bilimi soruları ise Tablo 4 içerisinde değerlendirilmektedir.

Tablo 4. 2007 Yılı KPSS İşletme Alan Testi Pazarlama Soruları Dağılımı

Soru No	Soru İfadesinde Yer Alan Öz	Pazarlama Temel Alanı	Pazarlama Alan Konusu	Soru Ana Hedefi
1	Tüketicilerin spesifik bir zaman aralığında bir ürün grubundan “olası satın alma miktarı”	Pazar Ölçümlemesi	Pazar Kavramı	Pazar Düzeyleri
2	Ürün katmanları içerisinde yer alan “öz ürün”	Pazarlama Karması	Ürün Alt Karması	Ürün Düzeyleri
3	“Kolayda mallara ilişkin dağıtım politikaları”	Pazarlama Karması	Dağıtım Alt Karması	Dağıtım Politikaları
4	“Tek bir pazar dilimine odaklanmaya yönelik büyüme stratejisi”	Stratejik Pazarlama	Temel İşletme Stratejileri	Büyüme Stratejileri
5	“Düşük fiyat stratejileri”	Pazarlama Karması	Fiyat Alt Karması	Fiyat Stratejileri
6	“Hizmet özelliklerine yönelik farklılaştırma”	Hizmet Pazarlaması	Hizmet Kavramı	Hizmetlerin Özellikleri
7	“Bölümlü mağaza özellikleri”	Perakendecilik	Mağazalı Perakendecilik	Bölümlü Mağazalar
8	“Ürün yaşam eğrisi safha stratejileri”	Pazarlama Karması	Ürün Alt Karması	Ürün Yaşam Eğrisi

2007 yılında gerçekleşen KPSS İşletme Alan Bilgisi Testi içerisinde yer alan pazarlama soruları bir önceki sınava benzer şekilde sekiz sorudan oluşmakta ve soruların dağılımında pazarlama karmasının dört soru, stratejik pazarlama, hizmet pazarlaması, perakendecilik ve pazar ölçümlemesi konularına ait ise birer adet olduğu görülmektedir. Sınavda yer alan pazarlama karması sorularının ürün, fiyat ve dağıtım alt karmasına ilişkin bilgileri ölçmekte olduğu, stratejik pazarlama ile ilgili sorunun temel işletme stratejileri arasında yer alan büyüme stratejileri ile ilgili olduğu ve pazar ölçümlemesi ile ilgili sorunun pazar yapısının tanımlanmasına yönelik hazırlandığı tespit edilmektedir. Hizmet pazarlamasına yönelik sorunun hizmetlerin özellikleri kapsamında hazırlandığı ve son olarak perakendecilik konusunda yer alan sorunun ise perakende mağaza türlerinden birisi olan departmanlı mağazaların özelliklerinin tanımlanmasına ilişkin hazırlandığı görülmektedir. 2008 yılında gerçekleşen KPSS sınavında yer alan pazarlama soruları ise Tablo 5 içerisinde sunulmaktadır.

Tablo 5. 2008 Yılı KPSS İşletme Alan Testi Pazarlama Soruları Dağılımı

Soru No	Soru İfadesinde Yer Alan Öz	Pazarlama Temel Alanı	Pazarlama Alan Konusu	Soru Ana Hedefi
---------	-----------------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------

1	“Örgütsel pazar özellikleri”	Örgütsel Pazarlama	Örgütsel Pazarlar	Örgütsel Pazarların Özellikleri
2	“Uluslararası pazarlara girişte minimum maliyet sağlayan strateji”	Uluslararası Pazarlama	Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri	Doğrudan İhracat
3	“Dar bir pazar alanına yoğunlaşmaya yönelik pazar stratejisi”	Stratejik Pazarlama	Hedef Pazar Stratejileri	Hedef Pazar Seçim Stratejileri
4	“Hizmet ürünün özelliklerinin satış ve dağıtım stratejileri ile ilişkisi”	Hizmet Pazarlaması	Hizmet Kavramı	Hizmetlerin Özellikleri
5	“Tutundurmada satış yüzdesi ile bütçeleme”	Pazarlama Karması	Tutundurma Alt Karması	Tutundurma Bütçesi
6	“Homojen piyasalarda işletmelerin pazar fiyatlarını esas alması”	Pazarlama Karması	Fiyat Alt Karması	Rekabete Yönelik Fiyatlandırma
7	“Yaşam tarzı ve kişilik gibi özelliklere yönelik pazar bölümlendirme stratejileri”	Stratejik Pazarlama	Hedef Pazar Stratejileri	Bölümlendirme Stratejileri
8	“İşletmelerin, aynı tüketici kitlesine yönelik birden fazla ürünü birden fazla marka ile pazara sunması”	Marka Yönetimi	Marka Stratejileri	Çoklu Marka Stratejileri

2008 yılında gerçekleştirilen sınava yönelik sorular değerlendirildiğinde geçmiş iki yılda gerçekleşen sınavlara benzer sayıda sekiz adet sorunun pazarlama bilimi ile ilgili olduğu görülmektedir. Soruların dağılımı incelendiğinde ise, pazarlama karması ve stratejik pazarlama ile ilgili ikişer adet, örgütsel pazarlama, uluslararası pazarlama, marka yönetimi ve hizmet pazarlamasına ilişkin birer adet soru yer almaktadır. Sınavda yer alan soruların içerikleri incelendiğinde, pazarlama karması ile ilişkili olarak tutundurma ve fiyat alt karmalarına; stratejik pazarlama ile ilgili olarak hedef pazar stratejileri ile bölümlendirme stratejilerine; örgütsel pazarlama ile ilgili örgütsel pazarlara ait özelliklerine; uluslararası pazarlama ile ilgili olarak uluslararası pazarlara girişte kullanılan stratejilere ve son olarak marka yönetimi ile ilgili marka stratejilerine ilişkin hazırlanmakta olduğu görülmektedir. 2009 yılında gerçekleştirilen KPSS sınavı içerisinde yer alan pazarlama bilimi ile ilişkili sorulara yönelik bilgiler Tablo 6 kapsamında gösterilmektedir.

Tablo 6. 2009 Yılı KPSS İşletme Alan Testi Pazarlama Soruları Dağılımı

Soru No	Soru İfadesinde Yer Alan Öz	Pazarlama Temel Alanı	Pazarlama Alan Konusu	Soru Ana Hedefi
1	“Pazarlama tanımında yer alan değişim olgusunun yarattığı sonuçlar”	Pazarlama Kavramı	Pazarlama Kavramının Tanımı	Pazarlamanın Değişim Fonksiyonu
2	“Beğenmeli ürün özellikleri”	Pazarlama Karması	Ürün Alt Karması	Satın Alma Alışkanlıkları Açısından Ürün

				Türleri
3	“Ürün hayat eğrisi safha stratejileri-olgunluk”	Pazarlama Karması	Ürün Alt Karması	Ürün Hayat Eğrisi
4	“Psikolojik fiyatlandırma taktikleri”	Pazarlama Karması	Fiyat Alt Karması	Fiyatlandırma Politikaları
5	“Pazara derinliğine girme stratejisinin yeni ürünlerde fiyatlama yönlü kullanım koşulları”	Pazarlama Karması	Fiyat Alt Karması	Fiyatlandırma Politikaları
6	“Hizmet kalitesi bileşenleri”	Hizmet Pazarlaması	Hizmet Kalitesi	Hizmet Kalitesi Belirleyicileri
7	“Birden fazla ürünün birden fazla pazara sunumuna yönelik hedef strateji”	Stratejik Pazarlama	Hedef Pazar Stratejileri	Hedef Pazar Seçim Stratejileri
8	“Sağmal ineklere yönelik hasat stratejisi”	Stratejik Pazarlama	Portföy Analizleri	BCG Matrisi

2009 yılında gerçekleşen KPSS’de pazarlama ile ilgili olarak sekiz adet sorunun yer aldığı görülmektedir. İlgili soruların pazarlama bilimi temel alanlarına yönelik dağılımları incelendiğinde, pazarlama karması ile ilgili dört, stratejik pazarlama ile ilgili iki, pazarlama kavramı ve hizmet pazarlaması ile ilgili olarak ise birer adet sorunun yer aldığı tespit edilmektedir. Pazarlama ile ilgili soruların alt alan ve hedefleri değerlendirildiğinde; pazarlama karması ile ilgili dört sorunun ürün ve fiyat alt karmalarına yönelik eşit sayıda yer aldığı ve ürün karması kapsamında ürün hayat eğrisi ve tüketici satın alma alışkanlıkları açısından ürün türleri; fiyat karması açısından ise fiyatlandırma politikalarına ilişkin soruların yer aldığı görülmektedir. Stratejik pazarlama ile ilgili olan iki soruda ise hedef pazar stratejileri arasında yer alan farklılaştırılmış pazarlama stratejisine ve portföy analizleri içerisinde yer alan BCG Yaklaşımına yönelik soruların yer aldığı tespit edilmektedir. Adaylara yöneltilen diğer sorularda ise, pazarlamanın fonksiyonları arasında yer alan “mücadele” ye, ve hizmet pazarlaması ile ilgili olarak hizmet kalitesinin belirleyicilerine yönelik bilginin elde edilmesi amaçlanmaktadır. 2010 yılında gerçekleşen KPSS sınavına yönelik bilgiler ise Tablo 7 içerisinde gösterilmektedir.

Tablo 7. 2010 Yılı KPSS İşletme Alan Testi Pazarlama Soruları Dağılımı

Soru No	Soru İfadesinde Yer Alan Öz	Pazarlama Temel Alanı	Pazarlama Alan Konusu	Soru Ana Hedefi
1	“Kontrol altında bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkinin ölçülmesine yönelik gerçekleştirilen araştırma yöntemi”	Pazarlama Araştırmaları	Veri Toplama Yöntemleri	Deney Yöntemi
2	Pazar bölümlendirme süreci aşamaları”	Stratejik Pazarlama	Hedef Pazar Stratejileri	Bölümlendirme Stratejileri

3	“Ansoff” Matrisinde yer alan stratejiler”	Stratejik Pazarlama	Temel İşletme Stratejileri	Büyüme Stratejileri
4	“Ürün karmasında tutarlılık kavramı”	Pazarlama Karması	Ürün Alt Karması	Ürün Karması Kararları
5	Hizmetlerin soyutluğu nedeni ile ortaya çıkan problemler”	Hizmet Pazarlaması	Hizmet Kavramı	Hizmetlerin Özellikleri
6	“Ürün katmanları-zenginleştirilmiş ürün”	Pazarlama Karması	Ürün Alt Karması	Ürün Düzeyleri
7	“Tüketici odaklı satış geliştirme teknikleri”	Pazarlama Karması	Tutundurma Alt Karması	Satış Geliştirme Araçları
8	“Hizmetlerde eş zamanlı üretim ve tüketim özelliği”	Hizmet Pazarlaması	Hizmet Kavramı	Hizmetlerin Özellikleri

2010 yılında gerçekleşen sınavda da benzer şekilde adaylara pazarlama bilimi ile ilgili sekiz adet soru yöneltilmiştir. İlgili sorulara ilişkin dağılımda pazarlama karması ile ilgili üç, stratejik pazarlama ve hizmet pazarlaması ile ilgili iki ve pazarlama araştırmaları ile ilgili bir adet soru yer almaktadır. Pazarlama ile ilgili soruların alt alan ve hedefleri incelendiğinde; pazarlama karması kapsamında ürün alt karması açısından ürün karması kararları ve ürün düzeylerinin, tutundurma alt karması açısından ise satış geliştirme araçlarının soru hedefi olarak düzenlendiği görülmektedir. Stratejik pazarlama kapsamında değerlendirilen soruların hedef pazar stratejilerinde yer alan pazar bölümlendirme ve temel işletme stratejileri arasında yer alan büyüme stratejilerine odaklandığı tespit edilmektedir. Hizmet pazarlaması kapsamında değerlendirilen iki sorunun da hizmetlerin temel özelliklerine yönelik olduğu ve son olarak pazarlama araştırmaları ile ilgili sorunun ise araştırma sürecinde kullanılan veri toplama yöntemleri çerçevesinde planladığı görülmektedir. 2011 yılında gerçekleşen sınava ilişkin elde edilen bulgular ise Tablo 8’de gösterilmektedir.

Tablo 8. 2011 Yılı KPSS İşletme Alan Testi Pazarlama Soruları Dağılımı

Soru No	Soru İfadesinde Yer Alan Öz	Pazarlama Temel Alanı	Pazarlama Alan Konusu	Soru Ana Hedefi
1	“Üreticinin ürününü doğrudan tüketicilere satmasına yönelik pazarlama kanalı”	Pazarlama Karması	Dağıtım Alt Karması	Doğrudan Pazarlama
2	“Üreticilerin, farklı pazar taleplerine uygun üretim ve pazarlama gerçekleştirme stratejisi”	Stratejik Pazarlama	Hedef Pazar Stratejileri	Hedef Pazar Seçim Stratejileri
3	“Müşteri ilişkileri yönetiminin işletmelere yönelik faydaları”	Pazarlama Anlayışları	İlişkisel Pazarlama	Müşteri İlişkileri Yönetimi
4	“Bütünsel pazarlama anlayışı bileşenleri”	Pazarlama Çeşitleri	Düzen Bakımından Pazarlama	Makro Pazarlama

5	“Kalem pil ürün türleri arasında nerede yer almaktadır?”	Pazarlama Karması	Ürün Alt Karması	Satın Alma Alışkanlıkları Açısından Ürün Türleri
6	“Fiyatlama kararlarını etkileyen faktörler”	Pazarlama Karması	Fiyat Alt Karması	Fiyatlama Kararları
7	“Dağıtım kanalı sınıflandırmaları”	Pazarlama Karması	Dağıtım Alt Karması	Dağıtım Kanalı Türleri
8	“Tüketici satın alma davranışının şekillenmesinde referans grupları”	Tüketici Davranışları	Tüketici Davranışını Etkileyen Pazarlama Dışı Faktörler	Kişisel Faktörler

2011 yılında gerçekleşen sınav kapsamında pazarlama biliminin temel alanlarına yönelik; pazarlama karmasına ait dört, pazarlama anlayışları ve çeşitleri, stratejik pazarlama ve hizmet pazarlamasına ait ise birer adet soru hazırlandığı görülmektedir. Sorulara ilişkin alt alan ve hedefler incelendiğinde; pazarlama karmasına ait soruların iki adedinin dağıtım alt karması kapsamında doğrudan pazarlama ve dağıtım kanalı türleri; ürün alt karmasına yönelik tüketici satın alma alışkanlıkları açısından ürün türleri, fiyat alt karmasına yönelik olarak ise fiyatlama kararları açısından oluşturulduğu görülmektedir. Pazarlama kavramının gelişiminde yer alan anlayışlar sınavda modern pazarlama anlayışı odağında, pazarlama çeşitleri ise düzey bakımından gerçekleştirilen sınıflandırmada yer alan makro pazarlama kapsamında sorulara konu edilmiştir. Stratejik pazarlama kapsamında yer alan sorunun hedef pazar stratejileri arasında yer alan farklılaştırma stratejileri, tüketici davranışları kapsamında değerlendirilen sorunun ise satın alma kararında etkili olan pazarlama dışı faktörler içerisinde bulunan referans grupları odağında hazırlandığı bulgulanmaktadır. 2012 yılında gerçekleşen KPSS sınavına ilişkin elde edilen bulgular ise Tablo 9’da gösterilmektedir.

Tablo 9. 2012 Yılı KPSS İşletme Alan Testi Pazarlama Soruları Dağılımı

Soru No	Soru İfadesinde Yer Alan Öz	Pazarlama Temel Alanı	Pazarlama Alan Konusu	Soru Ana Hedefi
1	“İhtiyaç kavramı”	Pazarlama Kavramı	Pazarlama ile İlgili Kavramlar	İhtiyaç Kavramı
2	“Etkin pazar bölümlendirme koşulları”	Stratejik Pazarlama	Hedef Pazar Stratejileri	Bölümlendirme Stratejileri
3	“Ürün Katmanları-somut ürün”	Pazarlama Karması	Ürün Alt Karması	Ürün Düzeyleri
4	“Tüketici davranışları kapsamında güdü türleri”	Tüketici Davranışları	Tüketici Davranışını Etkileyen Pazarlama Dışı Faktörler	Psikolojik Faktörler

5	“Mevcut ürünün daha kaliteli versiyonunun üretilmesine yönelik ürün stratejisi”	Pazarlama Karması	Ürün Alt Karması	Ürün Dizisi Stratejileri
6	“Tüketici satın alma davranışı etkileyen faktörler”	Tüketici Davranışları	Tüketici Davranışını Etkileyen Pazarlama Dışı Faktörler	Kişisel Faktörler
7	“Pazar bölümlendirme stratejisi olarak alttan üste yaklaşımı”	Stratejik Pazarlama	Hedef Pazar Stratejileri	Bölümlendirme Stratejileri
8	“İşletmelerin ürünlerine yönelik algıyı rakip ürünlerden farklılaştırmaya yönelik çabaları”	Stratejik Pazarlama	Temel İşletme Stratejileri	Büyüme Stratejileri

Tablo 9 içerisinde gösterildiği üzere 2012 yılında gerçekleşen KPSS’ de pazarlama bilimi ile ilgili sekiz adet soru yer almaktadır. Sınavda yer alan soruların dağılımları incelendiğinde; stratejik pazarlama ile ilgili üç, pazarlama karması ve tüketici davranışları ile ilgili iki ve pazarlama kavramlarına yönelik bir adet soru yer aldığı görülmektedir. Sorulara ilişkin içerikler değerlendirildiğinde ise, stratejik pazarlama ile ilgili soruların hedef pazar stratejileri ve temel işletme stratejileri odağında hazırlandığı görülmektedir. Hedef pazar stratejileri ile ilgili soruların hedefi pazar bölümlendirme süreci ile ilgili iken, temel işletme stratejilerine yönelik sorunun büyüme stratejileri ve özelinde ise yoğun büyüme stratejilerine odaklandığı görülmektedir. Pazarlama karması özelinde yöneltilen soruların ürün alt karması kapsamında olduğu ve ürün düzeyleri ve ürün dizisi kararlarına yönelik hazırlandığı tespit edilmektedir. Tüketici davranışları konusunda yer alan soruların satın almayı etkileyen pazarlama dışı faktörler alt başlığı ve psikolojik ve kişisel faktörler özelinde hazırlandığı bulgulanmaktadır. Sınavda pazarlama kavramı ile ilgili yer alan sorunun ise pazarlama kavramının açıklanmasında yer bulan ihtiyaç olgusuna yönelik hazırlandığı görülmektedir. 2013 yılında gerçekleştirilen sınavla ilgili bilgiler aşağıda Tablo 10 içerisinde gösterilmektedir.

Tablo 10. 2013 Yılı KPSS İşletme Alan Testi Pazarlama Soruları Dağılımı

Soru No	Soru İfadesinde Yer Alan Öz	Pazarlama Temel Alanı	Pazarlama Alan Konusu	Soru Ana Hedefi
1	“Üretimin, uluslararası pazarda yerel bir üreticiye yaptırılması stratejisi”	Uluslararası Pazarlama	Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri	Ortak Girişimler
2	“Kontrol edilebilir çevre faktörleri”	Pazarlama Çevresi	Pazarlama Çevresi Faktörleri	Mikro Çevre Faktörleri
3	Üretici işletmenin uluslararası pazarlarda üretim ve pazarlama faaliyetlerini yönettiği giriş stratejisi”	Uluslararası Pazarlama	Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri	Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımı

4	“İşletmelerin yeniliklerine yönelik haberleri görsel medyada kamuoyuna duyurması faaliyeti”	Pazarlama Karması	Tutundurma Alt Karması	Halka İlişkiler ve Duyurum
5	“Spesifik bir hastalığın önlenmesi için ürün karmasını güncelleyen işletme davranışı”	Pazarlama Çeşitleri	Pazarlama Hedefleri Açısından Pazarlama Türleri	Sosyal Sorumluluk Pazarlaması
6	“Ürün konumlandırması”	Stratejik Pazarlama	Hedef Pazar Stratejileri	Konumlandırma Stratejileri
7	“Dağıtım kanalı planlanmasında göz önüne alınması gerekli faktörler”	Pazarlama Karması	Dağıtım Alt Karması	Dağıtım Kanalı Planlaması
8	“Ansoff Matrisi-pazara nüfuz etme stratejisi”	Stratejik Pazarlama	Temel İşletme Stratejileri	Büyüme Stratejisi

2013 yılında gerçekleşen KPSS sınavında adaylara işletme alan testi içerisinde pazarlama bilimi ile ilgili olarak geçmiş yıllardaki sınavlara benzer şekilde sekiz adet soru yöneltilmiştir. Bahse konu sorular pazarlama bilimi kapsamında temel alan sınıflamasında uluslararası pazarlama, pazarlama karması ve stratejik pazarlama açısından ikişer adet ve pazarlama çevresi ve pazarlama çeşitleri açısından ise birer adet olarak yer almaktadır. Soruların taşıdığı hedef alanlar değerlendirildiğinde; uluslararası pazarlama ile ilgili soruların uluslararası pazarlara girişte kullanılan stratejileri, pazarlama karması ile ilgili soruların tutundurma ve dağıtım alt karmalarına yönelik bilgiyi, stratejik pazarlama ile ilgili soruların ise temel işletme stratejileri ile hedef pazar stratejilerini içermekte olduğu görülmektedir. Sınavda yer alan diğer iki sorudan pazarlama çevresi ile ilgili olan sorunun kontrol edilebilir çevre faktörleri ve pazarlama çeşitleri ile ilgili sorunun ise pazarlama hedefleri açısından pazarlama türleri kapsamında bulunduğu tespit edilmektedir. 2014 yılında gerçekleşen KPSS sınavında yer alan pazarlama bilimi ile ilişkili sorulara yönelik bulgular ise aşağıda Tablo 11’de gösterilmektedir.

Tablo 11. 2014 Yılı KPSS İşletme Alan Testi Pazarlama Soruları Dağılımı

Soru No	Soru İfadesinde Yer Alan Öz	Pazarlama Temel Alanı	Pazarlama Alan Konusu	Soru Ana Hedefi
1	“Tüketici satın alma karar verme sürecini etkileyen faktörler”	Tüketici Davranışları	Tüketici Satın Alma Karar Süreci	Satın Almayı Etkileyen Faktörler
2	“İşletme dışı faktörlere dönük rekabetçi pazarlama stratejileri”	Stratejik Pazarlama	Temel İşletme Stratejileri	Rekabet Stratejileri
3	“Pazarlamanın yarattığı faydalar”	Pazarlama Kavramı	Pazarlama Fonksiyonları	Zaman Faydası
4	“İşletmenin tedarikçisini satın alma yolu ile büyüme stratejisi”	Stratejik Pazarlama	Temel İşletme Stratejileri	Büyüme Stratejileri

5	“Hizmetlerin özellikleri-dokunulmazlık”	Hizmet Pazarlaması	Hizmet Kavramı	Hizmetlerin Özellikleri
6	“Pazarlama alt bilgi sistemleri”	Pazarlama Bilgi Sistemi	Pazarlama Bilgisinin Oluşumu	İşletme içi Raporlama Sistemi
7	“Tüketici davranışlarını belirleyen sosyal faktörler”	Tüketici Davranışları	Tüketici Davranışlarını Etkileyen Pazarlama Dışı Faktörler	Sosyal Faktörler
8	“Ürün/markayayönelik konumlandırma”	Stratejik Pazarlama	Hedef Pazar Stratejileri	Konumlandırma Stratejileri

Tablo 11’den incelenebileceği üzere 2014 yılında gerçekleşen KPSS sınavında pazarlama bilimi ile ilgili sekiz adet soru yer almaktadır. Sınavda yer alan soruların üç adedi stratejik pazarlama, iki adedi tüketici davranışları, birer adedi ise pazarlama kavramı, hizmet pazarlaması ve pazarlama bilgi sistemi ile ilişkilidir. Sınavda yer alan soruların pazarlama bilimi açısından kapsadığı alt alanlar incelendiğinde; stratejik pazarlama açısından değerlendirilen soruların iki adedinin temel işletme stratejileri kapsamında büyüme ve rekabet stratejilerine, üçüncü sorunun ise hedef pazar stratejilerinden konumlandırmaya ilişkin olduğu görülmektedir. Tüketici davranışları açısından değerlendirilen iki soru ise, satın alma karar süreci ve tüketici davranışını etkileyen faktörlere ilişkin hazırlanmıştır. Sınavda yer alan diğer sorular incelendiğinde; pazarlama kavramına yönelik hazırlanan sorunun pazarlamanın zaman faydasına, hizmet pazarlaması ile ilgili sorunun hizmetlerin özelliklerine ve son olarak pazarlama bilgi sistemine yönelik hazırlanan sorunun ise pazarlama bilgisinin oluşturulmasına yönelik işletme içi sistemlere yönelik olduğu görülmektedir. 2015 yılında yürütülen KPSS sınavına ait değerlendirmeler ise Tablo 12 içerisinde sunulan bilgiler ışığında gerçekleştirilmektedir.

Tablo 12. 2015 Yılı KPSS İşletme Alan Testi Pazarlama Soruları Dağılımı

Soru No	Soru İfadesinde Yer Alan Öz	Pazarlama Temel Alanı	Pazarlama Alan Konusu	Soru Ana Hedefi
1	“İşletmenin tedarikçisini satın alma yolu ile büyüme stratejisi”	Stratejik Pazarlama	Temel İşletme Stratejileri	Büyüme Stratejileri
2	“Ürün faydasına yönelik pazar bölümlendirme”	Stratejik Pazarlama	Hedef Pazar Stratejileri	Bölümlendirme Stratejileri
3	“Tüketici sorun çözme davranış türleri”	Tüketici Davranışı	Tüketici Sorun Çözme Davranış Türleri	Yoğun Sorun Çözme Davranışı
4	“Talep yönlü fiyat politikaları”	Pazarlama Karması	Fiyat Alt Karması	Fiyatlandırma Politikaları

5	“Tüketici satın alma davranışının şekillenmesinde referans grupları”	Tüketici Davranışları	Tüketici Davranışlarını Etkileyen Pazarlama Dışı Faktörler	Kişisel Faktörler
6	“Franchising türü işletmelere yönelik pazarlama örgütlenmeleri”	Pazarlama Karması	Dağıtım Alt Karması	Pazarlama Sistemleri

Tablo 12’de belirtilmekle birlikte, 2015 yılında gerçekleşen KPSS’de geçmiş dönemlerde gerçekleştirilen sınavlardan farklı olarak pazarlama bilimi ile ilgili soruların sayısının altı olduğu görülmektedir. Sınavda yer alan soruların pazarlama bilimi temel alanları açısından dağılımı incelendiğinde, stratejik pazarlama, tüketici davranışları ve pazarlama karması konularına yönelik ikişer adet sorunun bulunduğu değerlendirilmektedir. İlgili sorulara ait içerikler göz önüne alındığında ise, stratejik pazarlama ile ilgili soruların temel işletme stratejileri arasında yer alan büyüme stratejileri ve hedef pazar stratejileri arasında yer alan bölümlendirme stratejilerine yönelik hazırlandığı görülmektedir. Tüketici davranışları ile ilgili olan sorular incelendiğinde; tüketici sorun çözme davranış türleri arasında yer alan yoğun sorun çözme davranışı ile tüketici davranışlarını etkileyen pazarlama dışı faktörlerden birisi olan kişisel faktörlere yönelik olduğu değerlendirilmektedir. Sınavda pazarlama karması ile ilgili olarak yer alan soruların fiyat alt karması kapsamında fiyatlama yöntemleri, dağıtım alt karması kapsamında ise dağıtımda yer alan pazarlama sistemleri çerçevesinde planlandığı tespit edilmektedir. Takip eden yıl olan 2016 yılında gerçekleştirilen KPSS sınavına yönelik bilgiler Tablo 13 içerisinde gösterilmektedir.

Tablo 13. 2016 Yılı KPSS İşletme Alan Testi Pazarlama Soruları Dağılımı

Soru No	Soru İfadesinde Yer Alan Öz	Pazarlama Temel Alanı	Pazarlama Alan Konusu	Soru Ana Hedefi
1	“İşletmeler arası e-ticaret türü”	E-Pazarlama	E-Ticaret Türleri	B2B Pazarlama
2	“Pazarlamada makro çevre faktörleri”	Pazarlama Çevresi	Makro/Mikro Çevre Faktörleri	Makro Çevre Faktörleri
3	“Tüketici satın alma davranışının şekillenmesinde referans grupları”	Tüketici Davranışları	Tüketici Davranışlarını Etkileyen Pazarlama Dışı Faktörler	Kişisel Faktörler
4	“Dar bir pazar alanına yoğunlaşmaya yönelik pazar stratejisi”	Stratejik Pazarlama	Hedef Pazar Stratejileri	Hedef Pazar Seçim Stratejileri
5	“Ürün yaşam eğrisi safha stratejileri”	Pazarlama Karması	Ürün Alt Karması	Ürün Yaşam Eğrisi

6	“Fiyat farklılaştırma koşulları”	Pazarlama Karması	Fiyat Alt Karması	Fiyatlandırma Politikaları
7	“Tutundurma bütçesi belirleme süreci”	Pazarlama Karması	Tutundurma Alt Karması	Tutundurma Bütçesi Kararları

2016 yılında gerçekleştirilen KPSS sınavında pazarlama bilimi ile ilgili yedi soru adaylara yöneltilmiştir. Pazarlama bilimi kapsamında ilgili sorular incelendiğinde; pazarlama karması ile ilgili üç, stratejik pazarlama, pazarlama çevresi, e-pazarlama ve tüketici davranışları ile ilgili birer adet sorunun bulunduğu görülmektedir. Sorulara ait içerikler değerlendirildiğinde ise, pazarlama karması ile ilgili soruların ürün, fiyat ve dağıtım alt karmalarına ait birer sorudan oluştuğu; e-pazarlama ile ilgili sorunun işletmeler arası e-ticaret, tüketici davranışları ile ilgili sorunun tüketici davranışlarını etkileyen pazarlama dışı faktörler, stratejik pazarlama ile ilgili sorunun hedef pazar stratejileri ve pazarlama çevresi ile ilgili sorunun kontrol edilemeyen çevre faktörleri kapsamında hazırlanmakta olduğu görülmektedir. 2017 yılında gerçekleşen KPSS sınavına ait bilgiler Tablo 14 içerisinde gösterilmektedir.

Tablo 14. 2017 Yılı KPSS İşletme Alan Testi Pazarlama Soruları Dağılımı

Soru No	Soru İfadesinde Yer Alan Öz	Pazarlama Temel Alanı	Pazarlama Alan Konusu	Soru Ana Hedefi
1	“Saldırı temelli pazarlama stratejileri”	Stratejik Pazarlama	Rekabet Stratejileri	Meydan Okuyucu Firma Stratejileri
2	“Boston Danışma Grubu matrisi”	Stratejik Pazarlama	Portföy Analizleri	BCG Matrisi
3	“Pazarlama araştırmalarında veri kaynakları”	Pazarlama Araştırmaları	Veri Kaynakları	İkincil Veri Kaynakları
4	“Endüstriyel ürün piyasalarının özellikleri”	Örgütsel Pazarlama	Endüstriyel Pazarlar	Endüstriyel Pazar Özellikleri
5	“Ürün geliştirmede yenilik türleri”	Pazarlama Karması	Ürün Alt Karması	Yenilik Türleri
6	“İletişim sürecinde AIDA modeli”	Pazarlama Karması	Tutundurma Alt Karması	Reklam Mesajı Planlaması
7	“Tüketici davranışını etkileyen psikolojik faktörler”	Tüketici Davranışları	Tüketici Davranışını Etkileyen Pazarlama Dışı Faktörler	Psikolojik Faktörler
8	“Hizmetlerin özellikleri”	Hizmet Pazarlaması	Hizmet Kavramı	Hizmetlerin Özellikleri

2017 yılında gerçekleştirilen KPSS sınavında pazarlama bilimi ile ilgili sekiz adet sorunun bulunduğu Tablo 14 incelendiğinde görülmektedir. İlgili sınavda yer alan soruların pazarlama bilimi alanlarına yönelik dağılımları değerlendirildiğinde ise,

pazarlama karması ve stratejik pazarlama ile ilgili ikişer, pazarlama araştırmaları, örgütsel pazarlama, tüketici davranışları ve hizmet pazarlaması ile ilgili olarak birer adet sorunun bulunduğu tespit edilmektedir. Benzer şekilde sorulara ait hedef alanlar incelendiğinde, ürünlerde yenilik türleri bağlamında ürün alt karması ve reklam mesajının planlanması sürecinde yararlanılan bir model olarak AIDA modeli bağlamında tutundurma alt karmasına ilişkin soruların yapılandırıldığı görülmektedir. Stratejik pazarlama ile ilgili soruların meydan okuyucu firma stratejileri özelinde rekabet stratejileri ve BCG Yaklaşımı özelinde portföy analizleri kapsamında sınavda yer aldıkları görülmektedir. Sınavda yer alan diğer soruların pazarlama bilimi kapsamında ulaşmak istedikleri hedef konular göz önüne alındığında, pazarlama araştırmaları ile ilgili sorunun ikincil veri kaynakları, örgütsel pazarlama ile ilgili sorunun endüstriyel pazarların özellikleri ve tüketici davranışları ile ilgili sorunun ise tüketici davranışını etkileyen pazarlama dışı psikolojik faktörler bağlamında hazırlandığı değerlendirilmektedir. Araştırmada KPSS sınavlarına yönelik değerlendirmelerin sonucunu 2018 yılında gerçekleştirilen sınava aittir. 2018 yılında gerçekleştirilen KPSS sınavında pazarlama bilimi ile ilgili sorulara ait bulgular Tablo 15 içerisinde gösterilmektedir.

Tablo 15. 2018 Yılı KPSS İşletme Alan Testi Pazarlama Soruları Dağılımı

Soru No	Soru İfadesinde Yer Alan Öz	Pazarlama Temel Alanı	Pazarlama Alan Konusu	Soru Ana Hedefi
1	“Pazarlama karması bileşenleri”	Hizmet Pazarlaması	Hizmet Pazarlaması Karması	7P
2	“Tüketici davranış modelleri”	Tüketici Davranışları	Tüketici Davranış Modelleri	Tüketici Davranış Modelleri
3	“Pazarlamada mikro çevre faktörleri”	Pazarlama Çevresi	Makro/Mikro Çevre Faktörleri	Mikro Çevre Faktörleri
4	“Modern pazarlama anlayışı ilkeleri”	Pazarlama Kavramı	Pazarlama Anlayışları	Modern Pazarlama Anlayışı
5	“Uluslararası pazarlara giriş stratejisi yöntemleri”	Uluslararası Pazarlama	Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri	Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri
6	Dağıtım alt karması açısından işletmeler arası işbirlikleri”	Pazarlama Karması	Dağıtım Alt Karması	Dağıtım Kanalı İşbirlikleri
7	“Pazar yapıları kapsamında talep türleri”	Pazar Ölçümlemesi	Talep Ölçümlemesi	Pazar Talebi Çeşitleri
8	“Doğrudan pazarlamanın faydaları”	Pazarlama Karması	Dağıtım Alt Karması	Doğrudan Pazarlama

2018 yılında gerçekleştirilen KPSS sınavında pazarlama bilimi ile ilgili olarak sekiz adet sorunun yer aldığı ve sorulara ilişkin dağılımda, pazarlama karması kapsamında iki soru yer almakta iken, sınavda yer alan diğer altı sorunun pazarlama çevresi, pazarlama ölçümlemesi, uluslararası pazarlama, tüketici davranışları ve hizmet pazarlaması konularında yapılandırıldıkları görülmektedir. Sınavda yer alan sorulara ait alt hedef konular değerlendirildiğinde ise, pazarlama karması kapsamında yer alan iki sorunun dağıtım kanalı işbirlikleri ve doğrudan pazarlama bağlamında dağıtım alt karması ile ilişkili olduğu değerlendirilmektedir. Sınavda yer alan diğer sorular açısından ilgili husus incelendiğinde; tüketici davranış modelleri, mikro çevre faktörleri bağlamında pazarlama çevresi, modern pazarlama anlayışı, uluslararası pazarlara giriş stratejileri ve pazar ölçümlemesi bağlamında pazar taleplerine ilişkin türlerin soruların hedefi olarak yer aldığı değerlendirilmektedir. Çalışma kapsamında gerçekleştirilen değerlendirmeler sonrasında 2006-2018 yılları arasında gerçekleşen KPSS’de yer alan pazarlama bilimi ile ilişkili sorulara ait sınıflandırma ve temel istatistikler aşağıda Tablo 16 içerisinde gösterilmektedir.

Tablo 16. 2006-2018 Yılları Arası Gerçekleşen KPSS’de Yer Alan Pazarlama Bilimi ile İlişkili Soru Dağılımı

Konu	f	%
Pazarlama Karması	33	32,6
Ürün Yaşam Eğrisi	4	
Ürün Düzeyleri	3	
Ürün Türleri	2	
Ürün Dizisi Kararları	2	
Ürün Karması Kararları	2	
Ürün Yeniliği	1	
Fiyatlandırma Politikaları	4	
Fiyatlandırma Kararları	1	
Fiyat Stratejileri	2	
Dağıtım Politikaları	1	
Dağıtım Kanalı Türleri	1	
Dağıtım Kanalı Planlaması	1	
Dağıtım Kanalı İşbirlikleri	1	
Doğrudan Pazarlama	1	
Pazarlama Sistemleri	1	
Satış Tutundurma	2	
Tutundurma Bütçesi	2	
Halkla İlişkiler ve Duyurum	1	
Reklam Mesajı Planlanması	1	
Stratejik Pazarlama	23	22,77
Büyüme Stratejileri	7	
Rekabet Stratejileri	2	
Hedef Pazar Seçim Stratejileri	4	
Bölümlendirme Stratejileri	5	

BCG Matrisi		3	
Konumlandırma Stratejileri		2	
Tüketici Davranışları	11		10,89
Sorun Çözme Davranış Türleri		2	
Satın Almayı Etkileyen Faktörler		1	
Satın Almayı Etkileyen Kişisel Faktörler		4	
Satın Almayı Etkileyen Psikolojik Faktörler		2	
Satın Almayı Etkileyen Sosyal Faktörler		1	
Tüketici Davranış Modelleri		1	
Hizmet Pazarlaması	8		7,96
Hizmetlerin Özellikleri		6	
Hizmet Kalitesi Belirleyicileri		1	
Hizmet Pazarlama Karması		1	
Pazarlama Kavramı	5		4,95
Değişim Fonksiyonu		1	
Zaman Faydası		1	
Modern Pazarlama Anlayışı		1	
İlişkisel Pazarlama		1	
İhtiyaç Kavramı		1	
Uluslararası Pazarlama	4		3,96
Doğrudan İhracat		1	
Ortak Girişimler		1	
Pazara Giriş Stratejileri		2	
Örgütsel Pazarlama	3		2,97
Endüstriyel Pazar Özellikleri		2	
Örgütsel Pazar Özellikleri		1	
Pazarlama Çevresi	3		2,97
Mikro Çevre Faktörleri		2	
Makro Çevre Faktörleri		1	
Pazarlama Araştırmaları	2		1,98
Deney Yöntemi		1	
İkincil Veri Kaynakları		1	
Marka Yönetimi	2		1,98
Aile Markası Stratejileri		1	
Çoklu Marka Stratejileri		1	
Pazarlama Çeşitleri	2		1,98
Makro Pazarlama		1	
Sosyal Sorumluluk Pazarlaması		1	
Pazar Ölçümlemesi	2		1,98
Pazar Talebi Çeşitleri		1	
Pazar Düzeyleri		1	
E-Pazarlama	1		0,9
B2B Ticaret		1	
Perakendecilik	1		0,9
Bölümlü Mağazalar		1	
Pazarlama Bilgi Sistemi	1		0,9
İşletme İçi Raporlama Sistemi		1	

Toplam 101 101 100

2006-2018 yılları arasında gerçekleşen KPSS sınavlarında yer alan pazarlama bilimi ile ilişkili sorulara ait dağılım değerlendirildiğinde; sınavda en yüksek yüzdeye sahip pazarlama bilimi konusunun pazarlama karması olduğu görülmektedir. Pazarlama karması ile ilgili toplamda 33 soru yer almakta ve araştırmanın verilerinin elde edildiği yıl aralığında gerçekleşen sınavlarda sorulan soruların %32,6'sını tek başına pazarlama karması konusu hakim olmaktadır. Benzer şekilde bir diğer pazarlama bilimi konusu olarak stratejik pazarlama ilgili yıllar arasında gerçekleşen sınavlarda 23 soru ile kendine yer bulmakta ve toplam olarak soruların %22,77'sini oluşturmaktadır. Sınavda üçüncü yüksek frekans değerine sahip pazarlama bilimi konusu ise tüketici davranışları olarak tespit edilmektedir. KPSS sınavlarında tüketici davranışları ile ilgili toplamda 11 soru sorulmakta ve soru toplamının %10,89'u bu konu başlığından adaylara yöneltilmektedir. Yüksek frekans değerine sahip diğer bir pazarlama bilimi konusu da hizmet pazarlamasıdır. Hizmet pazarlaması ile ilgili olarak sınavlarda adaylara toplamda 8 soru sorulmuştur. Bu bağlamda 2006-2018 yılları arasında gerçekleşen KPSS sınavlarında adaylara yöneltilen pazarlama bilimi ile ilgili sorulan 101 sorunun 75'i yani bir anlamda soru toplamının %74,22'sinin dört konu başlığından oluştuğu değerlendirilmektedir. Çalışmanın verilerinin elde edildiği yıllarda gerçekleşen sınavlarda adaylara yöneltilen diğer pazarlama bilimi konuları ve soru sayıları ise; pazarlama kavramı ile ilgili beş, uluslararası pazarlama ile ilgili dört, örgütsel pazarlama ve pazarlama çevresi ile ilgili üçer, pazarlama araştırmaları, marka yönetimi, pazar ölçümlemesi ve pazarlama çeşitleri ile ilgili ikişer ve e-pazarlama, perakendecilik, pazarlama bilgi sistemi ile ilgili birer adet soru şeklindedir.

5. Sonuç ve Değerlendirme

Türkiye'de kamu sektörünün istihdam ihtiyaçlarına uygun adayların tespiti sürecinde güncel olarak kullanılan ölçme yöntemi "KPSS" olarak kısaltılmakta olan "Kamu Personeli Seçme Sınavı"dır. KPSS, 18/03/2002 tarihli ve 3975 Sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile yürürlüğe giren ve ilk defa kamu hizmeti ve görevlerine atanacakların seçimi amacıyla oluşturulan, Türkiye'de her yıl Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi (OSYM) tarafından açıklanan takvim çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Kamu Personeli Seçme Sınavı (KPSS) Türkiye'de 2002 yılından itibaren kamunun ihtiyacı olan işgücünün temin edilmesi amacı ile gerçekleştirilen merkezi bir sınavdır. Kamuda istihdama katılmak isteyen bireyler hedefledikleri kurumun talep ettiği puan türlerine yönelik hazırlıklarını sürdürmekte ve sınav sonucunda elde ettikleri puan kapsamında atamaya hak kazanabilmektedir. Türkiye'de mevcut ekonomik koşullar ve dolayısı ile artan işsizlik değerleri birçok bireyin kamuda istihdam şansı elde etmeye yönelmekte

dolayısı ile de her geçen yıl sınava giren aday sayısından belirgin artışlar yaşanmaktadır. Bu nedenle hedeflere yönelik başarının elde edilmesinde sınav sonuçlarının oldukça önemli bir yere sahip olduğu açıktır. Bu hususta KPSS' de yer alan çeşitli bilim dallarına ilişkin soruların içerik değerlendirmelerine odaklanan akademik çalışmaların konuya yönelik ilgi duyan bireylerin bilgi yönlü ihtiyaçlarının tatmin edilmesine de olanak tanımaktadır. Bu çalışma, 2006-2018 yılları arasında gerçekleşen KPSS sınavlarında İşletme Alan Testi kapsamında yer alan pazarlama bilimi ile ilişkili soruların doküman analizi ile içeriklerinin sınıflandırılması ve değerlendirilmesi amacını taşımaktadır. Çalışma amacına yönelik olarak araştırmada kullanılan veriler sınavı Türkiye'de uygulayan kuruluş olan Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi'nin (ÖSYM) sınavlara ilişkin dokümanların paylaşıldığı web platformu üzerinden elde edilmiştir. Elde edilen veriler her bir yıla özel olarak çalışma kapsamında tablolar içerisinde detaylı bir şekilde analiz edilmiştir. Analiz sürecinde her sınav yılı için sorular pazarlama bilimi kapsamında temel konu alanı, alt konu alanı ve soruda yer alan ana hedef konu olmak üzere üç farklı kategoride değerlendirilerek sınıflandırılmıştır.

İşletme Alan Testi KPSS içerisinde 2006-2018 yılları arasında üç sınav yılı dışında 40 sorudan oluşan bir testtir. Test kapsamında temel işletme fonksiyonlarına (yönetim, üretim, finans, muhasebe, pazarlama) ilişkin çoktan seçmeli sorular yer almaktadır. Pazarlama bilimi ile ilgili soruların sınavdaki ağırlığı %20 olup, ortalama olarak adaylar 8 adet soru ile karşılaşmaktadır. Çalışma kapsamında elde edilen veriler ışığında gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda, 2006-2018 yılları arasındaki sınavlarda pazarlama bilimi ile ilişkili soruların pazarlama karması, stratejik pazarlama, tüketici davranışları, hizmet pazarlaması, pazarlama kavramı, uluslararası pazarlama, örgütsel pazarlama, pazarlama çevresi, pazarlama araştırmaları, marka yönetimi, pazarlama çeşitleri, pazar ölçümlemesi, e-pazarlama, perakendecilik ve pazarlama bilgi sistemleri konuları içeriğinde oluşturulduğu; sınavlarda yer alan soru toplamının 101 olduğu ve ilgili soruların 75' inin, diğer bir anlamda soru toplamının %74,22' sinin, pazarlama karması, stratejik pazarlama, tüketici davranışları ve hizmet pazarlaması konularına yönelik olduğu tespit edilmiştir. Pazarlama karması özelinde, ürün alt karması açısından ürün yaşam eğrisi, fiyat alt karması özelinde fiyatlandırma politikaları, tutundurma alt karması özelinde satış tutundurma ve tutundurma bütçesi konularının yüksek frekans değerlerine sahip olduğu bulgulanmıştır. Stratejik pazarlama açısından büyüme stratejileri, tüketici davranışları açısından satın almayı etkileyen faktörler ve hizmet pazarlaması açısından ise hizmetlerin özellikleri konuları adaylara sıklıkla sorulan konu başlıklarını oluşturmaktadır. Pazarlama karmasına ilişkin soruların 2014 yılında gerçekleşen sınav dışındaki tüm sınavlarda; stratejik pazarlamaya ilişkin

soruların ise 2018 yılında gerçekleşen sınav dışındaki tüm sınavlarda yer aldığı tespit edilmekte ve dolayısı ile her iki konu başlığının pazarlama bilimi ile ilgili soruların odak noktası olduğu sonucu elde edilmektedir. Günümüzde yaşanmakta olan teknolojik dönüşümün etkisi, e-pazarlama ile ilişkili soruların ilk defa 2016 yılında sınavlarda yer alması ile kendisini göstermiştir.

İşletme Alan Testi'nin araştırma verilerinin elde edildiği dönem aralığında sahip olduğu ortalama doğru cevap sayıları 3,28-10,86 aralığındadır. Dolayısı ile adayların çok yüksek doğru sayılarına sahip olmadıkları ve bu nedenle ortalama değerlerin artması amacı ile sınavların kapsamlarına ilişkin detaylı analizlerin gerçekleştirilmesinin anlamlı olduğu değerlendirilmektedir. Ek olarak İşletme Alan Testi içerisinde yer alan pazarlama bilimi ile ilgili sorulara verilecek doğru yanıtların genel ortalamalar üzerinde de pozitif katkı sunması muhtemel olarak görülmektedir. Bu nedenle çalışma bulgularının pratikte pazarlama eğitimi çerçevesinde değerlendirilmesi yolu ile KPSS' ye katılım sağlayacak adayların pazarlama bilimi ile ilgili sorularda daha yüksek net sayılarına ulaşmalarına imkan tanınmasına;pazarlama alanında yer alan akademisyenlerin ve KPSS hazırlık kurslarında yer alan eğitmenlerin konu planlamaları sürecinde daha spesifik davranmalarına da katkı sunacağı düşünülmektedir. Çalışma kapsamında sınavlarda yer alan sorular sadece pazarlama bilimi kapsamında konu bazlı sınıflandırılmıştır, ilerleyen araştırmalarda sadece pazarlama bilimi ile ilgili olmayıp, pazarlama bilimi dışında yer alan işletme fonksiyonlarına ait soruların odak olarak belirlenmesi ve sorulara yönelik araştırmanın literatür kısmında üstünde durulan taksonomik incelemeler yolu ile gerçekleştirilmesi ayrıca güncel pazarlama araştırmalarının KPSS konuları ile ilişki düzeylerine ilişkin incelemelerin literatüre olduğu kadar pratik anlamda sınava yönelik hazırlık içinde olan bireylere oldukça önemli katkı sunma potansiyeline sahip olabileceği değerlendirilmektedir.

Kaynakça

Atav, E. & Sönmez, S. (2013). Öğretmen adaylarının kamu personeli seçme sınavı (KPSS)'na ilişkin görüşleri. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2013(1), 1-13.

Aytuğ, S. & Özgüven, N. (2012). *Pazarlama Yönetimi*, Detay Yayıncılık.

Bahar, H. H. (2006). KPSS puanlarının akademik başarı ve cinsiyet açısından değerlendirilmesi. *Eğitim ve Bilim*, 31(140).

Bahar, H. H. (2011). ÖSS puanı ve lisans mezuniyet notunun KPSS 10 puanını yordama gücü. *Eğitim ve Bilim*, 36(162): 168-181.

Başkan, Z. & Alev, N. (2009). Kamu Personeli Seçme Sınavında (Kpss) Çıkan Soruların Öğretmenlik Meslek Derslerine Göre Kapsam Geçerliliği. *HAYEF Journal of Education*, 6 (1): 29-49.

Baştürk, R. (2007). Kamu personeli seçme sınavına hazırlanan öğretmen adaylarının sınav kaygı düzeylerinin incelenmesi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 17(2):163- 176.

Biesta, G. (2015). What is education for? On good education, teacher judgement, and educational professionalism. *European Journal of education*, 50(1), 75-87.

Coşkun, M. & Kartal, F. (2020). KPSS’ de Çıkan Coğrafya Alan Bilgisi Sorularının Yenilenmiş Bloom Taksonomisine Göre Analizi, *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 11 (2): 625-642.

Deryakulu, D. (2011). KPSS Eğitim Bilimleri Sorularının Genel Öğretmen Yeterliklerinin Öğretim Teknolojisi Alanı İle İlgili Alt Yeterlik ve Performans Göstergeleri Açısından İncelenmesi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 1(1), 1-23.

Epçaçan, C. (2016). Öğretmen Adaylarının Kpss ve Öğretmenlik Atamaları Hakkındaki Görüşleri. *Electronic Turkish Studies*, 11(3): 1065-1090.

Eraslan, L. (2011). Öğretmenlik mesleğine girişte kamu personeli seçme sınavı (KPSS) yönteminin değerlendirilmesi. *Journal of Human Sciences*, 8(1): 1-31.

Ercoskun, M. H. & Nalçacı, A. (2009). Sınıf öğretmeni adaylarının ÖSS, akademik ve KPSS başarılarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Kastamonu Üniversitesi Kastamonu Eğitim Dergisi*, 17(2), 479-486.

Erdem, E. & Soylu, Y. (2013). Öğretmen adaylarının KPSS ve alan sınavına ilişkin görüşleri. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 223-236.

Gökçe, F. (2013). Lisans öğrencileri ile formasyon programına devam eden kursiyerlerin KPSS konusundaki görüşleri. *HÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, Özel Sayı, 1, 171-190.

Guiltinan, J.P., Paul, G.W., & Madden, T.J. (1997). *Marketing Management, Strategies and Programs*, Sixth Edition, Mc Graw Hill.

Gündoğdu, K., Çimen, N., & Turan, S. (2008). Öğretmen adaylarının kamu personeli seçme sınavına KPSS ilişkin görüşleri. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(2): 35-43.

Güven, S. & Dak, G. (2017). Öğretmen Adaylarının Kamu Personel Seçme Sınavına (KPSS) İlişkin Oluşturdukları Görsel Metaforlar. *Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi: Teori ve Uygulama*, 8(15), 2-16 .

Kablan, Z. (2010). Akademik mezuniyet ortalama puanı ile KPSS başarı puanı arasındaki ilişki. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23(2): 451-470.

Karaca, E. (2011). Öğretmen Adaylarının Kamu Personeli Seçme Sınavı'na (KPSS) Yönelik Tutumları. *Akademik Bakış Dergisi*, (23): 1-18.

Karadüz, A. (2009). Türkçe öğretmenlerinin ölçme ve değerlendirme uygulamalarının “yapılandırmacı öğrenme” kavramı bağlamında eleştirisi. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22(1): 189-210.

Karaer, H. (2019). Yenilenmiş Bloom Taksonomisine Göre Soru Analizi (KPSS/ÖABT- Analitik Kimyayla ilişkili Sorular). *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 27 (6), 2583-2596.

Karataş, S. & Güleş, H. (2013). Öğretmen atamalarında esas alınan merkezi sınavın (KPSS) öğretmen adaylarının görüşlerine göre değerlendirilmesi. *Kuramsal Eğitim Bilim Dergisi*, 6(1), 102-119.

Keleş, E. & Çepni, S. (2006). Beyin ve öğrenme. *Journal of Turkish Science Education*, 3(2), 66-82.

Kuran, K. (2012). Öğretmen Adaylarının Kpss Kursu Veren Dersanelere ve Kpss'ye İlişkin Görüşleri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (18): 143-157.

Memduhoğlu, H. B. & Kayan, M. F. (2017). Öğretmen seçme ve atama uygulaması olarak kamu personeli seçme sınavına (KPSS) ilişkin öğretmen adaylarının algıları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(1), 1259-1288.

Mucuk, İ. (2006). *Pazarlama İlkeleri*, Geliştirilmiş 17. Baskı, Türkmen Kitabevi.

Odabaşı, Y. & Barış, G. (2011). *Tüketici Davranışı*, Mediacat Akademi, 11. Baskı.

ÖSYM (2022). <https://www.osym.gov.tr/TR,15071/kpss-cikmis-sorular.html> adresinden edinilmiştir.

Özay Köse, E., Diken, E. H. & Gül, Ş. (2017). Biyoloji Öğretmen Adaylarındaki Tükenmişlik ve KPSS Kaygı Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Gazi University Journal of Gazi Educational Faculty (GUJGEF)*, 37(3): 991-1012.

Özkan, R., & Pektaş, A. G. S. (2011). Eğitim Fakültesi Son Sınıf Öğrencilerinin Mezuniyet Başarı Notları ile Kpss Puanları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma (Eğitim Fakültesi Örneği). *Türklük Bilimi Araştırmaları*, (30), 269-281.

Sözen, E. & Türksever, Ö. (2019). Kpss Coğrafya Öğretmenlik Alan Bilgisi Testi (ÖABT) Soru Dağılımlarının İncelenmesi. *Turkish Journal of Social Research/Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 23: 73-84.

Tek, Ö.B.T. & Özgül, E. (2013) *Modern Pazarlama İlkeleri*, Birleşik Matbaacılık, İzmir.

TDK (2022), *Türk Dil Kurumu*, <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 17/03/2022.

Tokol, T. (2007). *Pazarlama Yönetimi*, Nobel Yayın Dağıtım, 10 Baskı.

Tösten, R. (2012). İlköğretim Öğretmenlerinin Kamu Personeli Seçme Sınavına Kpss Yönelik Görüşlerinin Belirlenmesi Kars İli Örneği. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (7): 109-123.

Ulakbim (2022). confluence.ulakbim.gov.tr/pages/viewpage.action?pageId=100433973 adresinden edinilmiştir.

Yiğit, N., & Alev, N. (2015). KPSS Öğretmenlik Alan Bilgisi Sınavı Fizik Öğretmenliği Sorularının Özel Alan Yeterlikleri Açısından İncelenmesi. *Journal of Instructional Technologies and Teacher Education*, 4 (1): 13-18.