IX. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series - Edirne / Turkey

September 29-30, 2018

University of Agribusiness and Rural Development/Bulgaria
University "St. Kliment Ohridski" Faculty of Economics/Macedonia
IBANESS

PROCEEDINGS

Editors
Prof.Dr. Dimitar Kirilov DIMITROV
Prof.Dr. Dimitar NIKOLOSKI
Prof.Dr. Rasim YILMAZ

International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series

IX. IBANESS Congress Series-Edirne / TURKEY

Septmeber 29-30, 2018
Edirne, TURKEY

University of Agribusiness and Rural Development/Bulgaria
University "St. Kliment Ohridski" Faculty of Economics/Macedonia
IBANESS

PROCEEDINGS

Editors
Prof.Dr. Dimitar Kirilov DIMITROV
Prof.Dr. Dimitar NIKOLOSKI
Prof.Dr. Rasim YILMAZ

2018

Cataloging-In-Publication Data

Proceedings of International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series-Edirne / TURKEY, April 21-21, 2018 / Ed. Dimitar Kirilov DIMITROV, Dimitar NIKOLOSKI, Rasim YILMAZ.

ISBN: 978-605-67815-1-3

First Printed: September-2018

FOREWORD

International Balkan and Near Eastern Congress Series brings together many distinguished social and behavioral science researchers from all over the world. Participants find opportunities for presenting new research, exchanging information, and discussing current issues.

We are delighted and honored to host the IBANESS Congress Series in Edirne / Turkey. Presented papers have been selected from submitted papers by the referees. Sincere thanks to those all who have submitted papers.

We hope that through exchange of the presented researches and experiences, the Congress will enhance communication and dissemination of knowledge in Balkan and Near Eastern Countries.

The Organization Committee
September 29-30, 2018

Organization Committee

CO-PRESIDENTS

Prof.Dr. Dimitar Kirilov Dimitrov, University of Agribusiness and Rural Development, Bulgaria
Prof.Dr. Dimitar Nikoloski, University "St. Kliment Ohridski"-Bitola, Macedonia
Prof.Dr. Rasim Yılmaz, Namık Kemal University, Turkey
Prof.Dr. Ömer Azabağaoğlu, Namık Kemal University, Turkey

ORGANAZING COMMITTEE

Prof.Dr. Ahmet KUBAŞ, Namık Kemal University, Turkey
Prof.Dr. Mariana IVANOVA, University of Agribusiness and Rural Development
Assoc. Prof.Dr. Tatjana SPASESKA, University "St. Kliment Ohridski"-Bitola, Macedonia
Assoc. Prof.Dr. Olivera Kostoska, University "St. Kliment Ohridski"-Bitola, Macedonia

SCIENTIFIC COMMITTEE

Prof.Dr. Alpay Hekimler, Namık Kemal University, Turkey
Prof.Dr. Annamalia M. Sakkthivel, Sur University College, Oman
Prof.Dr. Cem Saatçioğlu, Istanbul University, Turkey
Prof.Dr. Dimitar Kirilov Dimitrov, University of Agribusiness and Rural Development, Bulgaria
Prof.Dr. Fatmir Memaj, University of Tirana, Albania
Prof.Dr. Gerhard Ring, TU Bergakademie Freiberg, Germany
Prof.Dr. Günther Löschnigg, University of Graz, Austria
Prof.Dr. Herbert Reginbogin, Touro College, USA
Prof.Dr. Kemal Yıldırım, Anadolu University, Turkey
Prof.Dr. Ksenija Dumičić, University of Zagreb, Croatia
Prof.Dr. Letlhokwa George MPEDI, University of Johannesburg, South Africa
Prof.Dr. Mancheski Gjorgji, University "St. Kliment Ohridski"-Bitola, Macedonia
Prof.Dr. Martha Starr, American University Washington D.C., USA
Prof.Dr. Mariana Ivanova, University of Agribusiness and Rural Development
Prof.Dr. Mi Jung Park, Freie Universitat Berlin, Germany
Prof.Dr. Nadka Kostadinova, Trakia University, Bulgaria
Prof.Dr. Otto Kaufmann, Max Planck Institut München, Germany
Prof. Dr. Patricia Georgieva, University of Agribusiness and Rural Development
Prof. Dr. Safet Kozarević, University of Tuzla, Bosnia and Herzegovina
Prof. Dr. Shushma Patel, London South Bank University, UK
Prof. Dr. Slavica Rocheska, University "St. Kliment Ohridski"-Bitola, Macedonia
Prof. Dr. Srdjan Redzepagić, University of Nice – Sophia Antipolis, France
Prof.Dr. Thomas Paul, University of South Pacific
Prof.Dr. Todor RADEV, International University College, Bulgaria
Prof.Dr. Todorka Atanassova-Kalaydzieva, Trakia University, Bulgaria
Prof.Dr. Zoran Ćirić, University of Novi Sad, Serbia
Prof.Dr. Zlatka Grigorova, University of Agribusiness and Rural Development, Bulgaria

REFEREES

Prof.Dr. Ahmet AĞCA, Kütahya Dumlupınar University, Turkey
Prof.Dr. Annamalia M. SAKKTHIVEL, Sur University College, Oman
Prof.Dr. Dilek ALTAŞ, Marmara Univesity, Turkey
Prof.Dr. Fatmir MEMAJ, University of Tirana, Albania
Prof.Dr. Günther LOSCHNIGG, University of Graz, Austria
Prof.Dr. İ. Hakkı İNAN, Tekirdağ Namık Kemal University, Turkey
Prof.Dr. İbrahim BAKIRTAŞ, Aksaray University, Turkey
Prof.Dr. Kemal YILDIRIM, Anadolu University, Turkey
Prof.Dr. Mariana IVANOVA, University of Agribusiness and Rural Development, Bulgaria
Prof.Dr. Nurcan METİN, Trakya University, Bulgaria
Prof.Dr. Nadka KOSTADINOVA, Trakia University, Bulgaria
Prof. Dr. Slavica ROCHESKA, University "St. Kliment Ohridski"-Bitola, Macedonia

SESSION CHAIRS

Prof.Dr. Dimitar NIKOLOSKI
Prof.Dr. Fatma LORCU
Prof.Dr. Murat ÇETİN
Prof.Dr. Adil OĞUZHAN
Asst. Prof.Dr. Onur ÇETİN
Esra BÜDÜN
Prof.Dr. Zeki BAYRAMOĞLU
Prof.Dr. Feride D. GÖNEL
Prof.Dr. Sevinç SAKARYA MADEN
Prof.Dr. Ensar YEŞİLYURT
Prof.Dr. Ayşe UZMAY
Asst. Prof.Dr. Çiğdem GÜRSOY GAYGUSUZ
Asst. Prof.Dr. Meltem OKUR DİNÇSOY
Assoc. Prof.Dr. Nevin AYDIN
Assoc. Prof.Dr. Faruk AKIN
Asst. Prof.Dr. Yücel Atila ŞEHİRLİ
Asst. Prof. Dr. Mustafa HATİPLER
Assoc.Prof.Dr. Dejan ZDRAVESKI
Asst. Prof. Dr. Erkan YILDIZ
Asst. Prof. Dr. Yeliz YEŞİL
Senem DEMİRKIRAN
Assoc. Prof.Dr. Fatma Pervin BİLİR
Prof.Dr. Ömer AZABAĞAOĞLU
Assoc.Prof.Dr. E. Recep ERBAY
Prof.Dr. Ahmet KUBAŞ
Prof.Dr. Dilek ALTAŞ
Assoc.Prof.Dr. Miroslav ANDONOVSKI
Asst.Prof.Dr. Romina KABRANOVA

LIST of PARTICIPANTS

Name and Surname	Nationality	Name and Surname	Nationality
Abdulkadir ALBEZ	Turkey	İdris ARSLAN	Turkey
Abdüssamed KETEN	Turkey	İhsan GÜLAY	Turkey
Adem YULU	Turkey	İlke BAŞARANGİL	Turkey
Adil OĞUZHAN	Turkey	İpek KARABACAK	Turkey
Agah Sinan ÜNSAR	Turkey	İpek OKKAY	Turkey
Ahmet AKTUNA	Turkey	Jülide YALÇINKAYA KOYUNCU	Turkey
Ahmet AYDIN	Turkey	Kaan KAPAN	Turkey
Ahmet Ferhan SAVRAN	Turkey	Kaan YİĞENOĞLU	Turkey
Ahmet KUBAS	Turkey	Karolina SHUKUROSKAM	Macedonia
Ahmet MENTEŞ	Turkey	Kemalettin AĞIZAN	Turkey
Ahmet ÖZBEK	Turkey	Kemalettin AĞIZAN	Turkey
Ali İhsan BALCI	Turkey	Kerim DOĞAN	Turkey
Ali KABASAKAL	Turkey	Konur Alp DEMİR	Turkey
Ali YILDIRIM	Turkey	Kosta SOTIROSKI	Turkey
Alp POLAT	Turkey	M. Ensar YEŞİLYURT	Turkey
Ana IVANOSKA KUKUNOSKI	Macedonia	Mahir GÜN	Turkey
Aneta Risteska JANKULOSKA	Macedonia	Margarita JANESKA	Macedonia
Antonio BEVILACQUA	Italy	Maria Rosaria CORBO	Italy
Arif SEMERCİ	Turkey	Mariana IVANOVA	Bulgaria
Arzu EREN ŞENARAS	Turkey	Marija MIDOVSKA PETKOSKA	Macedonia
Assiye AKA	Turkey	Marjan ANGELESKI	Macedonia
Ayça BEYOĞLU	Turkey	Marjan Heydarpour MEYMEH	Iran
Aydın GÜREL	Turkey	Melek ASTAR	Turkey
Ayhan GENÇLER	Turkey	Meltem OKUR DİNÇSOY	Turkey
Ayhan KORKULU	Turkey	Meriç KARAGÖZLER	Turkey
Aykut AYBAŞ	Turkey	Mert BAYDAR	Turkey
Aykut HALDAN	Turkey	Merve BOZDEMİR	Turkey
Aykut PAJO	Turkey	Merve KAYA	Turkey
Aynur GICI VATANSEVER	Turkey	Mete Kaan NAMAL	Turkey
Aysun YENER	Turkey	Metin GÜRSEL	Turkey
Ayşe ATILGAN SARIDOĞAN	Turkey	Milena SINIGAGLIA	Italy
Ayşe UZMAY	Turkey	Miray ÖZDEN	Turkey
Ayşen TEMEL EĞİNLİ	Turkey	Miroslav ANDONOVSKI	Macedonia
Aytaç GÜT	Turkey	Muaffak SARIOĞLU	Turkey
Bachir Raho GHALEM	Algeria	Murat ÇETİN	Turkey
Başak OKTAY AKIN	Turkey	Murat ÇİFTÇİ	Turkey
Bekir AYYILDIZ	Turkey	Murat TEKİNER	Turkey
Bengü EVEREST	Turkey	Mustafa HATİPLER	Turkey
Bige KÜÇÜKEFE	Turkey	Mustafa ÜNVER	Turkey
Birsel SABUNCU	Turkey	Muzaffer ÖZSOY	Turkey
Boris ANAKIEV	Turkey	Nadege C.S.Y AGOSSOU	Benin
Burak KOCAKÖSE	Turkey	Nadka KOSTADINOVA	Bulgaria

Burçak CEBECİ PERKER	Turkey	Nedim MERCAN	Turkey
Bülent ARPAT	Turkey	Neslihan ÖZMELEK TAŞ	Turkey
Büşra ŞAFAK	Turkey	Nevin ALTUĞ	Turkey
Büşra TOPUZ	Turkey	Nevin AYDIN	Turkey
Caner SANCAKTAR	Turkey	Nilgün KÖKSALAN	Turkey
Cengiz KARAGÖZ	Turkey	Nur KESKİN	Turkey
Cennet OĞUZ	Turkey	Nurcan ÖZKAN	Turkey
Coşkun BORLAT	Turkey	Nurşen ŞAHİN	Turkey
Coşkun DOĞAN	Turkey	Nurullah GÖKER	Turkey
Cüneyt KOYUNCU	Turkey	Oğuz ERSÖZ	Turkey
Çiğdem GÜRSOY GAYGUSUZ	Turkey	Oktay ÇETİN	Turkey
Çiğdem UNURLU	Turkey	Olkan SENEMOĞLU	Turkey
Damla ÖZSAYIN	Turkey	Onur ALAN	Turkey
Dejan ZDRAVESKI	Turkey	Onur ÇETİN	Turkey
Demet ŞENBAŞ	Turkey	Onur ŞAYLAN	Turkey
Demirali Yaşar ERGİN	Turkey	Orkun İÇTEN	Turkey
Dilek ALTAŞ	Turkey	Ömer AZABAĞAOĞLU	Turkey
Dimitar NIKOLOSKI	Turkey	Özgür KAHRAMAN	Turkey
Dindar ŞİNO	Turkey	Özgür KURT	Turkey
Dora DONCHEVA	Bulgaria	Özlem ÖZKIVRAK	Turkey
Dragica ODZAKLIESKA	Turkey	Perihan Hazel KAYA	Turkey
Dursun YENER	Turkey	Pınar DEMİRLİ	Turkey
Duygu AKTÜRK	Turkey	Ramazan KAÇAR	Turkey
Ebru IRMAK	Turkey	Ramazan KAYALI	Turkey
Ebru ONURLUBAŞ	Turkey	Rasim YILMAZ	Turkey
Eda ÖZEN	Turkey	Raşit GÜLTEKİN	Turkey
Elif BOZDOĞAN SERT	Turkey	Recep ERBAY	Turkey
Emel POYRAZ	Turkey	Romina KABRANOVA	Macedonia
Emi MALAJ	Albania	Samet AKDENİZ	Turkey
Emine TARAKÇI EREN	Turkey	Seda ATAMAN	Turkey
Emirhan KAYA	Turkey	Sedat BAY	Turkey
Emrah TOKGÖZ	Turkey	Sedat DURMUŞKAYA	Turkey
Enver Erdinç DİNÇSOY	Turkey	Selahattin GÜRİŞ	Turkey
Eren ERGEN	Turkey	Selçuk TEKİN	Turkey
Erhan ATAY	Turkey	Sema MUMCU	Turkey
Erkan YILDIZ	Turkey	Semih AÇIKGÖZOĞLU	Turkey
Ersin YAVUZ	Turkey	Senem DEMİRKIRAN	Turkey
Esra BÜDÜN	Turkey	Serap ÖZTÜRK	Turkey
Ezgi AVCIOĞLU AKSOY	Turkey	Sercan DEMİRÖREN	Turkey
Fahri Bilal YANKIN	Turkey	Serkan BİRSİN	Turkey
Fanka RISTESKA	Turkey	Sevi BALOĞLU	Turkey
Faruk AKIN	Turkey	Sevinç SAKARYA MADEN	Turkey
Fatih BAL	Turkey	Seyfi AKTOPRAK	Turkey
Fatih ÇAVDAR	Turkey	Sibel TAN	Turkey

Fatih KOÇ	Turkey	Slavica ROCHESKA	Macedonia
Fatma LORCU	Turkey	Songül ACIKÖSE	Turkey
Fatma Pervin BİLİR	Turkey	Stefano PIGNATIELLO	Italy
Feride D. GÖNEL	Turkey	Süheyla AĞIZAN	Turkey
Fikret BAYAR	Turkey	Süheyla AĞIZAN	Turkey
Fikret YAMAN	Turkey	Süleyman Gökhan GÜNAY	Turkey
Filiz YEŞİLYURT	Turkey	Şahin İNANÇ	Turkey
Franc VIDIC	Slovenia	Şeval CANDEMİR	Turkey
Fulya ATAK	Turkey	Şeyma YETİŞ	Turkey
Funda SELVİ	Turkey	Tahir AKGEMCİ	Turkey
Georgi ALEKSIEV	Bulgaria	Taner KUMUK	Turkey
Gökçe KARABAYIRLI	Turkey	Tatjana SPASESKA	Macedonia
Gökçe KOÇ	Turkey	Todorka ATANASSOVA-KALAYDZHIEVA	Macedonia
Gökhan ÇINAR	Turkey	Tuğba ÇARIKÇI KULA	Turkey
Gülberk GÜLTEKİN SALMAN	Turkey	Tuğba DÜZENLİ	Turkey
Gülden AYNACI	Turkey	Tuğçe ACAR	Turkey
Gülten MADENDAĞ	Turkey	Uğur DÜBÜŞ	Turkey
Gün ÜNAL	Turkey	Uğur EYİDİKER	Turkey
Güngör KARAKAŞ	Turkey	Ümit ALNIAÇIK	Turkey
H. Burçin HENDEN ŞOLT	Turkey	Ümran KOCAMAN	Turkey
H. Kemal SEZEN	Turkey	Vesile Sinem ARIKAN KARGI	Turkey
Halil KIZILASLAN	Turkey	Volkan DEMİRASLAN	Turkey
Hamed Babaie SHALMANI	Iran	Yasemin ÇABUK	Turkey
Hamed KIOUMARSI	Iran	Yasemin KOLDERE AKIN	Turkey
Hande ÖZOLGUN	Turkey	Yasemin SARIKAYA	Turkey
Hasan ARISOY	Turkey	Yeliz YASAK PERAN	Turkey
Hasan BOYNUKARA	Turkey	Yeliz YEŞİL	Turkey
Hasan Gökhan DOĞAN	Turkey	Yıldırım Onur ERDİREN	Turkey
Hasan Hüseyin DER	Turkey	Yusuf AKAN	Turkey
Hasan Selçuk ETİ	Turkey	Yusuf ESMER	Turkey
Hatice Ece GEÇ	Turkey	Yücel Atila ŞEHİRLİ	Turkey
Hatice ER	Turkey	Zarko MARKOSKI	Macedonia
Hatice KARAOĞLAN	Turkey	Zeki BAYRAMOĞLU	Turkey
Havva ARABACI	Turkey	Zekiye Hande YILMAZ	Turkey
Havva GÜLTEKİN	Turkey	Zerrin BALKAÇ	Turkey
Hülya SERT	Turkey	Zuhal GÖKSU	Turkey
Hüseyin ÇAKIRLAR	Turkey	Zuhal KARAKAYACI	Turkey

Program

10:00 – 10:45	Opening Ceremony	Hall 1	Prof.Dr. Ahmet KUBAŞ, IBANESS Prof.Dr. Rasim YILMAZ, IBANESS Prof.Dr. Dimitar NIKOLOSKI, University St. Kliment Ohridski-Bitola, Macedonia Prof.Dr. Mariana IVANOVA, Vice Rector, University of Agribusiness and Rural Development
	Openening Presentation	Hall 1	Prof.Dr. Ayhan GENÇLER, Dean of Facult of Economics and Administrative Sciences, Trakia University
10:45 – 11:00	Coffee Break		
11:00 – 13:00	Parallel Session I	Hall 1 Chair Person: Prof.Dr. Dimitar NIKOLOSKI	
		Dora DONCHEVA Georgi ALEKSIEV	Estimation of the Impact of Local Production on the Local Consumption of Organic Products in Bulgaria
		Georgi ALEKSIEV Nadka KOSTADINOVA	Development of Bulgarian Food Processing Industry
		Todorka ATANASSOVA-KALAYDZHIEVA	Non-Financial Enterprises in Bulgaria – Economic Dimensions and Developmental Perspectives
		Erhan ATAY	Green Paradox versus of Green Economy: Evidence from Green Skills and Job
		Ebru IRMAK Aydın GÜREL	A Research About the Relation Between Information Technology and Agricultural Extension
		Marjan ANGELESKI Slavica ROCHESKA Dimitar NIKOLOSKI	Critical Factors for Project Success with Reference to E-Government Projects
		Ömer AZABAĞAOĞLU	Evaluation of Fertilizer Sector Regarding Effect to Agricultural Economics and Food Supply in Turkey
11:00 – 12:00	Parallel Session I	Hall 2 Chair Person: Prof.Dr. Fatma LORCU	
		Selçuk TEKİN	Gelişmişliğin Anahtarı: Türkiye'de Ar-Ge'ye Yönelik

			Uygulanan Vergisel Teşvikler
		Perihan Hazel KAYA Ramazan KAÇAR	Osmanlı İmparatorluğu'nda Kapitülasyonların İktisadi Açıdan Etkisi: 1838 Balta Limanı Antlaşması
		Oğuz ERSÖZ	4721 Sayılı Türk Medeni Kanunu'nda Boşanma Sebepleri
		Muaffak SARIOĞLU Ebru IRMAK	Edirne İlinde Lavanta Yetiştiriciliğinde Üreticilerin Bilgi Kaynaklarının Belirlenmesi
		İdris ARSLAN Fatma LORCU	Organik Süt Satın Alma: Kırklareli Örneği
11:00 – 12:00	Parallel Session I	Hall 3 Chair Person: Prof.Dr. Murat ÇETİN	
		Seyfi AKTOPRAK	E-Ticaretin Türkiye'de Gelişimi ve Geleceği Üzerine Bir Analiz
		Fahri Bilal YANKIN	Çalışma Yaşamının Dijitalleşmesi
		Uğur EYİDİKER Emel POYRAZ	Belediye Hizmetlerinden Memnuniyetin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Alan Araştırması: Kırklareli Örneği
		Raşit GÜLTEKİN	Gümrük Mevzuatında Sınır Ticareti İşlemleri ve Edirne İlinin Durumunun Değerlendirilmesi
		Pınar DEMİRLİ Muzaffer ÖZSOY Yasemin KOLDERE AKIN	Sağlık Okuryazarlığının Diğer Okuryazarlık Türleri ile İlişkisi: Edirne İlinde Bir Uygulama Çalışması
		Murat ÇETİN Uğur DÜBÜŞ	Wagner ve Keynezyen Yaklaşımların Ampirik Analizi: Türkiye Ekonomisi Örneği
		Bige KÜÇÜKEFE	Yeni Keynesyen Okulda Fiyat Katılığı Kavramı
		Enver Erdinç DİNÇSOY Başak OKTAY AKIN	Cumhuriyet Sonrası Türkiye Ekonomisinde Gelişmeler ve Bankacılık Sektörü
11:00 – 12:00	Parallel Session I	Hall 4 Chair Person: Prof.Dr. Adil OĞUZHAN	
		Selahattin GÜRİŞ Tuğçe ACAR	Regresyon Modellerinde Kademeli Kırılma

		Selahattin GÜRİŞ Melek ASTAR	Türkiye'de Hanehalkı Özel Sigorta Harcamalarının Belirleyicileri: Tobit Modeli Uygulaması
		Dilek ALTAŞ	Lojistik Regresyon Analizinde Bootstrap Yönteminin Uygulanması
		Ramazan KAYALI Agah Sinan ÜNSAR Adil OĞUZHAN	Çatışma Yönetiminin İş Tatminine Olan Etkisi: Konuyla İlgili Bir Araştırma
12:00 – 13:00	Parallel Session II	Hall 3 Chair Person: Asst. Prof.Dr. Onur ÇETİN	
		Aynur GICI VATANSEVER	Otizm Spektrum Bozukluğu Olan Çocuklarda Oyunun Dil Gelişimi Üzerindeki Etkisi: Derleme
		Aynur GICI VATANSEVER Zekiye Hande YILMAZ	Özel Eğitim Öğretmenlerinin Öz-Yeterlik Algılarının İncelenmesi: Edirne Örneği
		Zekiye Hande YILMAZ Aynur GICI VATANSEVER	Pedagojik Formasyon Öğrencilerinin Özel Eğitim Dersine Yönelik Tutumlarının İncelenmesi
		Sedat BAY	Deformed and Distorted Children by the Process of Growing up in Modern Society in the Education of Skinny Spew and Gum and Goo by Howard Brenton
		Onur ÇETİN	Sağlık Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti
		Yasemin ÇABUK Ahmet MENTEŞ	Türkiye'de Sağlık Sisteminde Yaşanan Gelişmeler, Sağlıkta Dönüşüm Programı ve 663-694 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnameler
12:00 – 13:00	Parallel Session II	Hall 4 Chair Person: Esra BÜDÜN	
		Esra BÜDÜN Ahmet AYDIN	Kullanım ve Doyum Aracı Olarak Popüler Kültür
		Ahmet AYDIN Esra BÜDÜN	Kamu Diplomasisi Açısından Türk Dış İşlerinin Sosyal Medya Kullanımı: Twitter Örneği
		Aykut PAJO Aykut AYBAŞ	Ekmek Çeşitleri: Kırklareli Mutfağı Örneği
		Aykut PAJO	Bayat Ekmeklerin Değerlendirilmesi: Kırklareli Mutfağı

		Aykut AYBAŞ	Örneği
13:00 – 13:30	Lunch		
13:30 – 14:30	Parallel Session III	Hall 1 Chair Person: Prof.Dr. Zeki BAYRAMOĞLU	
		Aysun YENER Cennet OGUZ	Comparison of Family Farming Engaged in Dairy Farming According to Technology Usage Levels: A Case of Study in Konya
		Zeki BAYRAMOĞLU Cennet OĞUZ Kemalettin AĞIZAN Merve BOZDEMİR	To Examine the Future of Beef Production in Turkey
		Hasan ARISOY Süheyla AĞIZAN	Evaluation of Relations Between Food and Agriculture Organization of the United Nations and Turkey
		Zeki BAYRAMOĞLU Cennet OĞUZ Kemalettin AĞIZAN Süheyla AĞIZAN	Tarımda Mekanizasyon Kullanım Etkinliğinin Belirlenmesi
		Zuhal KARAKAYACI Seda ATAMAN Ümran KOCAMAN Kerim DOĞAN	Effect of Land Consolidation on Rural Development; A Case Study of İnli-Dinlendik Villages
		Tahir AKGEMCİ Zeki BAYRAMOĞLU Kemalettin AĞIZAN	Aile İşletmelerinde Çalışan İş Görenlerin İşbirlikçi İklim Algısı ve Bu Algının İş Gören Performansı İle İşe Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Konya İlinde Bir Uygulama
		Duygu AKTÜRK Murat TEKİNER Hasan ARISOY	Aksaray'da DSİ Küçük Sulama Projelerinden Faydalanan Bazı Tarım İşletmelerinde Sulama Maliyetlerinin Etkinliğinin Belirlenmesi
		Murat TEKİNER Duygu AKTÜRK Hasan ARISOY	Niğde'de DSİ Küçük Sulama Projelerinden Faydalanan Bazı Tarım İşletmelerinde Sulama Maliyetlerinin Etkinliğinin Belirlenmesi
13:30 – 14:30	Parallel Session III	Hall 2 Chair Person: Prof.Dr. Feride D.	

		GÖNEL	
		Feride D. GÖNEL	Türkiye'nin Kalkınmadaki Yeni Hamleleri: Kamu-Özel Ortaklıkları Yoluyla Attığı Adımlar
		Havva ARABACI	Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi
		Havva ARABACI Fatih ÇAVDAR	Türkiye'de Bağımsız Denetimin Dünü ve Bugünü
		Çiğdem UNURLU	Turistlerin Otel İşletmelerine Yönelik Kültürel Tutumlarının Cinsiyet Açısından Değerlendirilmesi
		Çiğdem UNURLU	Turistlerin Otel İşletmelerine Yönelik Marka Kişiliği ile ilgili Tutumlarının Cinsiyet Açısından Değerlendirilmesi
		Sercan DEMİRÖREN Süleyman Gökhan GÜNAY	Altına Yatırım Kararlarında Finansal Davranış Faktörleri
13:30 – 14:30	Parallel Session III	Hall 3 Chair Person: Prof.Dr. Sevinç SAKARYA MADEN	
		Nurullah GÖKER Sevinç SAKARYA MADEN	Türkiye'de Almancanın İngilizceden Sonra İkinci Yabancı Dil Olarak Öğretimi ve Öğrenimi Üzerine Lisansüstü Çalışmalara Bir Bakış
		Tuğba ÇARIKÇI KULA Sevinç SAKARYA MADEN	Wie bitte? A 1.1. Almanca Ders Kitabının İncelenmesi ve Değerlendirilmesi
		Aykut HALDAN	Nasreddin Hoca Fıkralarının Almancaya Çevirileri Üzerine Bir Değerlendirme
		Hasan BOYNUKARA Cengiz KARAGÖZ	An Overview of Multicultural Education
		Hamed KIOUMARSI Hamed Babaie SHALMANI Marjan Heydarpour MEYMEH	Reforming English Teaching: Creating a Community
		Nurcan ÖZKAN Büşra ŞAFAK	Öğretmen Adaylarının Çevresel Tutumlarının Yeni Çevresel Paradigma Ölçeği ile İncelenmesi
		Nurcan ÖZKAN Büşra ŞAFAK	Öğretmen Adaylarının Ekolojik Ayak İzlerinin Belirlenmesi
		Nurcan ÖZKAN	Edirne İli Ortaöğretimde Biyoloji Öğretmenlerinin

		Serap ÖZTÜRK	Materyal Kullanım Sıklığının İncelenmesi
		Nurcan ÖZKAN Serap ÖZTÜRK	Edirne İli Ortaöğretim Okullarında Biyoloji Öğretmenlerinin Araç Gereçleri Etkili Kullanımı İle İlgili Yeterlilik Durumlarının Araştırılması
13:30 – 14:30	Parallel Session III	Hall 4 Chair Person: Prof.Dr. Ensar YEŞİLYURT	
		Gülden AYNACI Zuhal GÖKSU	Evaluation of the Perception of Patient Safety Competencies: A Cross-Sectional Study in Undergraduate Nursing Students in Turkey
		Murat ÇİFTÇİ	İllerdeki Sağlık Personeli Dağılımıyla Dengesiz Sığınmacı Yerleşimi Temelinde Sağlık Sektöründe Yaşanan Bölünmüş İş Piyasası Sorunu
		M. Ensar YEŞİLYURT Filiz YEŞİLYURT Hasan Hüseyin DER	İllere göre Beklenen Okullaşma Yılı: 2016 Sonuçları
		Konur Alp DEMİR	Belediyelerin Aile Eğitimindeki Görevleri Üzerine Bir Deneme: Yerel Aile Uygulaması
14:30 – 15:30	Parallel Session IV	Hall 1 Chair Person: Prof.Dr. Ayşe UZMAY	
		Arif SEMERCİ Sibel TAN Bengü EVEREST	Türkiye'de Ayçiçeği Üretimi ve Tarımsal Desteklerin Ürün Maliyetine Etkisi
		Arif SEMERCİ Bengü EVEREST Sibel TAN	Türkiye'de Tohumculuk Sektörünün Genel Yapısı
		Gökhan ÇINAR Ayşe UZMAY Gökçe KOÇ	The Causality Effect of Interest in the Financial Crisis and Oil Market on Food Prices: A Case Study of Internet Search Engine Behavior
		Gökçe KOÇ Ayşe UZMAY Gökhan ÇINAR	Gıda Güvencesini Hesaplama Yöntemleri ve Son Gelişmeler

		Hülya SERT Ayşe UZMAY	Süt Sığırcılığı İşletmelerinde Üreticilerin Hayvan Refahı İle İlgili Bilgi Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma: İzmir İli Örneği
		Taner KUMUK Yasemin SARIKAYA	Tarımsal Yeniliklerin Benimsenmesinde Damızlık Koyun-Keçi Yetiştiricileri Birliğinin Üyeleri Üzerine Etkileri: Çanakkale İli Örneği
		Metin GÜRSEL Taner KUMUK	Türkiye'de Uygulanan Tarımsal Desteklerin Üretici Açısından Değerlendirilmesi : Çanakkale İli Örneği
14:30 – 15:30	Parallel Session IV	Hall 2 Chair Person: Asst. Prof.Dr. Çiğdem GÜRSOY GAYGUSUZ	
		Şeyma YETİŞ	Kırsal Kalkınmada Sosyal Ormancılığın Rolü
		Burak KOCAKÖSE Duygu AKTÜRK	Tarım İşletmelerinin Üretim Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) Yöntemiyle Analizi: Çanakkale İli Kumkale Ovası Örneği
		Mert BAYDAR Ahmet Ferhan SAVRAN	Çanakkale İlinde Tüketicilerin Gıda Güvenliği Konusunda Bilgi Durumları Ve Çeşitli Tercihleri Üzerine Bir Araştırma
		Çiğdem GÜRSOY GAYGUSUZ	Türkiye İç Sularındaki İstilacı Balıkların Etkileri: Ulusal ve Uluslararası Mevzuat
14:30 – 15:30	Parallel Session IV	Hall 3 Chair Person: Asst. Prof.Dr. Meltem OKUR DİNÇSOY	
		Yeliz YASAK PERAN	15. Asır Divan Şairi Fethî Hüdâyî ve Divanı
		Büşra TOPUZ	Nev'î-zâde Atâyî'nin Sâkînâme'sinde Tasavvufi Metaforlar
		Meltem OKUR DİNÇSOY Şeval CANDEMİR	Sanayileşme Sürecinde Osmanlı Devletinde Ekonomik Gelişmeler
		Gülten MADENDAĞ	1950'li Yıllarda Adana'da Boş Zaman Değerlendirme Mekânları: Barlar, Sinemalar ve Kahvehaneler
14:30 – 15:30	Parallel Session IV	Hall 4 Chair Person: Assoc. Prof.Dr.	

		Nevin AYDIN	
		Nevin AYDIN	Endüstri 4.0 ve Dijitalleşme Neler Getirecek?
		Nevin AYDIN	Endüstri 4.0 :Ulaşım Lojistiğinin Değişen Yüzü
		Nevin AYDIN	4.0 Endüstri Teknolojileri Hızla Hayatımıza Giriyor
		Nevin AYDIN	Dijital Teknolojinin Sağlık Uygulamalarındaki Yeri
		Vesile Sinem ARIKAN KARGI	AHS ve COPRAS Yöntemleri ile CNC Dik İşleme Merkezi Tezgâh Alternatiflerinin Değerlendirilmesi
		Hatice ER	Deri ve Deri Mamülleri Sanayinde Ham Derilerinin Önemi
15:30 – 17:30	Parallel Session V	Hall 1 Chair Person: Assoc. Prof.Dr. Faruk AKIN	
		Onur ŞAYLAN Emrah TOKGÖZ	Akıllı Telefon Kullanan Üniversite Öğrencilerinin Marka Özdeşleşme Seviyelerinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi
		Ahmet ÖZBEK Yusuf ESMER Onur ŞAYLAN	E-Ticaret Dersinin Online Pazarlama Girişimine Etkisi: Meslek Yüksekokulu Hazır Giyim Teknolojisi Programı Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama
		Birsel SABUNCU	TMS 19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar Standardı Kapsamında Kıdem Tazminatının Muhasebeleştirilmesi ve Tekdüzen Muhasebe Sistemi ile Karşılaştırılması
		Ayhan KORKULU Yusuf AKAN Abdulkadir ALBEZ	Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Bölüm Memnuniyetleri Üzerinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi: Aşkale MYO Örneği
		Dindar ŞİNO Volkan DEMİRASLAN	Dijital Çağda Ekonomik Fırsatlar
		Fatih KOÇ Ümit ALNIAÇIK Oktay ÇETİN	Reklamlardaki Cinsel Öğelerin Yoğunluğunun Markaya Yönelik Tutum ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: TV Reklamları Üzerinde Bir Araştırma
		Fatih KOÇ Gökçe KARABAYIRLI	Türkiye'de Voleybol Kulüplerinin Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Bir Araştırma
		Faruk AKIN Alp POLAT	Küresel Kriz Sonrası MIST Ekonomilerinin Makroekonomik Performans Analizi

		Faruk AKIN Alp POLAT	Sanayi Üretim Endeksi ve Sigortacılık Hisse Senedi Getirileri Arasındaki İlişkinin Araştırılması: Borsa İstanbul Uygulaması
		Faruk AKIN Alp POLAT	S&P 500 Endeksi Getirilerinin Türkiye'de Bankaların Hisse senedi Fiyatlarına Etkisinin Analizi
		Faruk AKIN	Euro Bölgesi ve Türkiye'de Bankacılık Sektörünün Karşılaştırmalı Analizi
15:30 – 16:30	Parallel Session V	Hall 2 Chair Person: Asst.Prof.Dr. Yücel Atila ŞEHİRLİ	
		Yücel Atila ŞEHİRLİ	Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Savaş Kavramına İlişkin Metaforik Algıları
		Demirali Yaşar ERGİN Hatice Ece GEÇ	Otizm Farkındalık Ölçeğinin Geliştirilmesi
		Zerrin BALKAÇ	Ortadoğu'nun Su Surunu ve Türkiye
		Coşkun DOĞAN	Tarihsel Süreç İçerinde Çeviri Etkinliğine Genel Bir Bakış
		Özlem ÖZKIVRAK	Devletin Başarısızlığının Normatif Teorisi ve Piyasa Başarısızlığına Karşı Devletin Başarısızlığı
15:30 – 16:30	Parallel Session V	Hall 3 Chair Person: Asst. Prof. Dr. Mustafa HATİPLER	
		Mustafa HATİPLER	Küreselleşmenin Yoksullaştırıcı Gücü Olarak Kültür Medya ve Televizyon
		Mustafa HATİPLER Funda SELVİ	Ekonomik Kalkınmanın Sosyal Dışlanma Engeli
		Mustafa HATİPLER Nur KESKİN	Refah Devleti Uygulamaları: Almanya- Japonya ve Türkiye
		Mustafa HATİPLER Nilgün KÖKSALAN	Suriyeli Sığınmacıların Entegrasyonunun Sağlanmasında Sosyal Pazarlama Yaklaşımı

		Demet ŞENBAŞ	Türkiye'nin Balkan Politikası Çerçevesinde Bosna Hersek-Türkiye İlişkileri
		Caner SANCAKTAR	Yugoslavya'nın Yıkılışında Sırp Milliyetçiliğinin Rolü
		Coşkun BORLAT Olkan SENEMOĞLU	1989 Zorunlu Bulgaristan Göçü: Şirinköy Örneği
15:30 – 16:30	Parallel Session V	Hall 4 Chair Person: Assoc.Prof.Dr. Dejan ZDRAVESKI	
		Dejan ZDRAVESKI Margarita JANESKA Kosta SOTIROSKI Ana IVANOSKA KUKUNOSKI	Importance and Use of Information Technology in SMEs in Macedonia-Case of Pelagonia Region
		Emi MALAJ	Relationship between Corruption and Poverty: the case of Western Balkan countries
		Igor ZDRAVKOSKI	Concepts of the Accounting Basis of Government Accounting
		Aneta Risteska JANKULOSKA Dragica ODZAKLIESKA Tatjana SPASESKA Fanka RISTESKA	Supply Chain Management – Models and New Trends

Sunday Sessions

11:00 – 13:00	Parallel Session I	Hall 1 Chair Person: Asst. Prof. Dr. Erkan YILDIZ	
		Erkan YILDIZ	Marka Faydasının Marka Tutumu ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkileri
		Erkan YILDIZ	Fonksiyonel, Deneyimsel ve Sembolik Faydaların Marka Tatmini ile Davranışsal ve Tutumsal Sadakat Üzerindeki Etkileri
		Hüseyin ÇAKIRLAR Nevin ALTUĞ	Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim Sağlama Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma

		Onur ALAN Hatice KARAOĞLAN Özgür KURT	Otizmli Yetişkin Bireylerde Masa Tenisi Oynama Becerisinde Doğrudan Öğretim Yönteminin Etkililiği
		Damla ÖZSAYIN Sibel TAN Bengü EVEREST	Gökçeada İlçesinde Organik Arıcılık Yapan İşletmelerin Sosyo-Ekonomik Yapısı ve Pazarlama Olanakları
11:00 – 13:00	Parallel Session I	Hall 2 Chair Person: Asst. Prof. Dr. Yeliz YEŞİL	
		Ersin YAVUZ	Transfer Harcamaları ile Gini Katsayısı Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi
		Ersin YAVUZ	Vergi Cehennemi Temelinde OECD Ülkelerinin Ekonomik Performansının Analizi
		Ersin YAVUZ Nedim MERCAN	Enflasyon ve İşsizlik Arasındaki İlişkinin Phillips Eğrisi Perspektifinden Ampirik Analizi: Türkiye Üzerine Kanıtlar
		Eren ERGEN	Üçüz Açık ve Türkiye Değerlendirmesi
		Eren ERGEN Nedim MERCAN	Türkiye'de Satın Alma Gücü Paritesi
		Eren ERGEN	Kamu Harcamalarının Finansmanda Vergi Gelirleri
		Franc VİDİC Yeliz YEŞİL Bülent ARPAT Mete Kaan NAMAL	Comparing Vocational Training Activities for Increasing Young People's Employment in Slovenia and Turkey
11:00 – 13:00	Parallel Session I	Hall 3 Chair Person: Senem DEMİRKIRAN	
		Meriç KARAGÖZLER Ezgi AVCIOĞLU AKSOY	6701 sayılı Kanun Çerçevesinde Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun Görev ve Yetkileri
		Meriç KARAGÖZLER	Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararları Çerçevesinde Aile İçi Şiddet
		Ezgi AVCIOĞLU AKSOY	Avrupa Birliği Müktesebatına Uyum Çerçevesinde Türkiye'de Devlet Yardımları

		Senem DEMİRKIRAN	1923-1945 Dönemi Amme İdaresi Dergisi ve Türk İdare Dergisi İncelemesi
		Senem DEMİRKIRAN	Yarı-Başkanlık Sistemi İncelemesi "Rusya Örneği"
		Senem DEMİRKIRAN	Türkiye'de Kamu Yönetimi Yazını (1945'ten Günümüze)
		Ayça BEYOĞLU Senem DEMİRKIRAN	Geleneksel Yönetimden Yeni Kamu Yönetimine
11:00 – 13:00	Parallel Session I	Hall 4 Chair Person: Assoc. Prof.Dr. Fatma Pervin BİLİR	
		Fatma Pervin BİLİR	Olimpiyatlarda İlk Kadınlar: Türkiye Örneği
		Fatma Pervin BİLİR Nurşen ŞAHİN Ali YILDIRIM	Çoklu Zeka Alanları ve Algılanan Liderlik Davranışları İlişkisi: Hokey Sporcuları Örneği
		Eda ÖZEN Jülide YALÇINKAYA KOYUNCU	Afrika Ülkelerinde Yoksulluk ve Bayanların İşgücüne Katılımı: Panel Analiz
		Eda ÖZEN Jülide YALÇINKAYA KOYUNCU	Politik İstikrarın Bayanların İşgücüne Katılımına Etkisi: Asya, Afrika ve İslam Ülkeleri Örneği
		Eda ÖZEN Cüneyt KOYUNCU	Dinsel, Dilsel, Etnik ve Kültürel Çeşitlilik Bayan İşgücü Katılımında Önemli midir?: Gelişmekte Olan Ülkeler Örneği
		Arzu EREN ŞENARAS Şahin İNANÇ H. Kemal SEZEN	En Kısa Yol Problemlerinin Dinamik Programlama ile VBA Uygulaması
		Arzu EREN ŞENARAS Şahin İNANÇ	Monte Carlo Simülasyonu İçin VBA Uygulaması
13:00 – 13:30	Lunch		
13:30 – 14:30	Parallel Session IV	Hall 1 Chair Person: Prof.Dr. Nurcan METİN	
		H. Burçin HENDEN ŞOLT	Kentsel İnovasyon ve Yönetişim
		Sema MUMCU Tuğba DÜZENLİ	Peyzaj Tasarımının Konut Yerleşmelerinde Sunulan Yaşam Tarzının Oluşumundaki Rolü

		Emine TARAKÇI EREN	
		Gülberk GÜLTEKİN SALMAN Burçak CEBECİ PERKER	Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi ve Lüks Oteller Üzerine Bir Uygulama
		İlke BAŞARANGİL	Rekreasyon, Turizm ve Teknoloji İlişkisi
		Kaan KAPAN	Ürdün'de Turizm Kaynaklarının Değerlendirilmesinde Alternatif Güzergahların (Rotaların) Oluşturulmasının Önemi
		Kaan KAPAN	Şehirsel Markalaşma Sürecinde Turizm Odaklı Düşünme: Üsküdar Örneği
		Kaan KAPAN Adem YULU	Antrepolardan Motorlu Araç Montaj İmalatına: Ford'un İstanbul'daki Otomotiv Montaj Fabrikası
13:30 – 14:30	Parallel Session IV	Hall 2 Chair Person: Prof.Dr. Dilek ALTAŞ	
		Hande ÖZOLGUN	Tarım Kredi Kooperatiflerinde Tasfiye İşlemleri
		Serkan BİRSİN Halil KIZILASLAN	Balıkesir İli İvrindi İlçesinde Süt Sığırcılığı İşletmelerinin Sermaye Yapılarının İncelenmesi
		Ebru ONURLUBAŞ Dursun YENER	Tüketicilerin Tavuk Eti Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Logit Analizi ile Belirlenmesi: Aydın Merkez İlçe Örneği
		Orkun İÇTEN	İşletmelerde Mali İşler Departmanlarının Kar Merkezine Dönüşüm Süreci
13:30 – 14:30	Parallel Session IV	Hall 3 Chair Person: Prof.Dr. Ahmet KUBAŞ	
		Hasan Selçuk ETİ Yıldırım Onur ERDİREN	Müzayedelerde Fiyatı Belirleyen Faktörler: Soyut Resim
		Hasan Selçuk ETİ Yıldırım Onur ERDİREN	Taklit Unsuru Olan Tabloların Ticari Değer Olarak Pazarlanmasına Dair Bir Yaklaşım
		Samet AKDENİZ Sedat DURMUŞKAYA	Finansal Yatırımlarda Meslek Aidiyetinin Risk Alma Eğilimi Üzerindeki Etkisi
		Fikret YAMAN Semih AÇIKGÖZOĞLU	Reklam Ajansı Seçiminde Reklam Verenlerin Tercihini Etkileyen Faktörler: Türkiye Örneği

		Ayşe ATILGAN SARIDOĞAN	TFRS 9 Kapsamında Riskten Korunma Muhasebesi İçin Gerekli Kıstasların İncelenmesi
		Ahmet KUBAŞ	Sosyal Girişimcilik
		Ahmet KUBAŞ	İşletme İçi Girişimcilik
13:30 – 14:30	Parallel Session IV	Hall 4 Chair Person: Doç.Dr. E. Recep ERBAY	
		İhsan GÜLAY	Merkez Bankalarının Para Politikaları ve Karar Stratejileri
		Abdüssamed KETEN Ali İhsan BALCI	Küreselleşme Kıskacında Zorunlu Arabuluculuk
		Kaan YİĞENOĞLU	21. Yüzyılda Türkiye'nin İktisadî Diplomasi Stratejisi: Jeopolitik İktisat Açısından Bir Değerlendirme
		Merve KAYA Emirhan KAYA	Türkiye'nin 2000'li Yıllarda Körfez İşbirliği Konseyi Ülkeleri ile İlişkileri
		E. Recep ERBAY Miray ÖZDEN Ahmet AKTUNA	Turkey- Bulgaria Social and Economic Relations
14:30 – 15:30	Parallel Session V	Hall 1 Chair Person: Prof.Dr. Ömer AZABAĞAOĞLU	
		Assiye AKA	Muhafazakar Ataerkil Perspektifinden #sendeanlat (tellyourstory) Hashtaginin Analizi
		Ayşen TEMEL EĞİNLİ Neslihan ÖZMELEK TAŞ	Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Kişilerarası Güvenin Gelişimi
		İpek OKKAY	Sosyal Medyanın Benmerkezci Bireyler Yaratması ile Gelişen Narsist Pazarlama
		Fatih BAL	Ekonomik Krizin Çalışanlar Üzerinde Yol Açtığı Psikolojik Sorunlar
		Mahir GÜN	Yerel Yönetimlerin Vatandaşlık Bilincinin Oluşturulmasında Sosyal Medyanın (Twitter) Rolü: Kadıköy Belediyesi Örneği
14:30 – 15:30	Parallel Session V	Hall 2	

		Chair Person: Prof.Dr. Jülide YALÇINKAYA KOYUNCU	
		Gün ÜNAL	A Multidimensional Analysis of Energy Relations between Turkey and its Neighbors in the Balkan Region
		Mustafa ÜNVER Jülide YALÇINKAYA KOYUNCU	Does ICT Play Role on Corruption Level in African Countries: Panel Study
		Cüneyt KOYUNCU Mustafa ÜNVER	Does Globalization Matter on Corruption Level in OECD Countries?: An Empirical Analysis
		Dursun YENER Ebru ONURLUBAŞ	Religious Tourism and Turkey
		Nadege C.S.Y AGOSSOU Ali KABASAKAL	The Determinants of Urban Growth in Sub Saharan Africa Developing Countries in the 21st Century
		Nadege C.S.Y AGOSSOU Ali KABASAKAL	The Major Drivers of Urban Growth in Developed Countries in the 21st Century: Evidence from the Group of Seven (G7) Countries
14:30 – 15:30	Parallel Session V	Hall 3 Chair Person: Assoc.Prof.Dr. Miroslav ANDONOVSKI	
		Zarko MARKOSKI Margarita JANESKA	The Impact of Internal and External Factors on the Effects of Companies from the Use of E-Marketing
		Miroslav ANDONOVSKI Karolina SHUKUROSKAM Marija MIDOVSKA PETKOSKA	Electronic Trade in the Acts of the European Union
		Rasim YILMAZ	Fight Against Middle Income Trap: The Case of Turkey
		Rasim YILMAZ	Evaluation of the Rank of Turkey in the Global Competitiveness Index
14:30 – 15:30	Parallel Session VI	Hall 4 Chair Person: Asst.Prof.Dr. Romina KABRANOVA	
		İ. Bülent GÜRBÜZ Fikret BAYAR	Rural Development Planning in European Union
		İ. Bülent GÜRBÜZ	The Role and Efficiency of Agricultural Cooperatives in

		Songül ACIKÖSE	European Union
		Hasan Gökhan DOĞAN Bekir AYYILDIZ Güngör KARAKAŞ	Examining of Long Term Effects of Some Factors Causing to Global Warming: An ARDL Approach (Turkey Evidence)
		Özgür KAHRAMAN Elif BOZDOĞAN SERT	The Assessment of Treated Wastewater in Chinaberry Seeds Cultivation
		Romina KABRANOVA Boris ANAKIEV	The Place of Agricultural Holdings and Co-Operatives in the Agriculture of Macedonia
		Bachir Raho GHALEM	Antimicrobial activities of some Medicated Soaps used by Mascara City Residents in Algeria
		Bachir Raho GHALEM Antonio BEVILACQUA Maria Rosaria CORBO Milena SINIGAGLIA Stefano PIGNATIELLO	Antifungal Properties of Some Essential Oils against Saccharomyces Cerevisiae
15:30-16:00	Closing Ceronomy	Hall 1	

CONTENTS

Supply Chain Management – Models And New Trends 1
Importance and Use Of Information Technology In Sme's In Macedonia-Case Of Pelagonia Regıon 7
Relationship Between Corruption and Poverty: The Case of Western Balkan Countries 15
Concepts Of The Accounting Basis Of Government Accounting 20
Critical Factors for Project Success With Reference to e-Government Projects 26
Electronic Trade In The Acts Of The European Union 33
Non-Financial Enterprises in Bulgaria – Economic Dimensions and Developmental Perspectives 38
The Impact Of Internal And External Factors On The Effects Of Companies From The Use Of E-Marketing 50
Türkiye'de Tohumculuk Sektörünün Genel Yapısı 56
Türkiye'de Ayçiçeği Üretimi ve Tarımsal Desteklerin Ürün Maliyetine Etkisi 65
Kamu Diplomasisi Açısından Türk Dış İşlerinin Sosyal Medya Kullanımı: Twitter Örneği 74
E-Ticaret Dersinin Online Pazarlama Girişimine Etkisi: Meslek Yüksekokulu Hazır Giyim Teknolojisi Programı Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama 85
Aile Fotograf Albümünden Selfıe'ye: Kültürel Yozlaşma ve Görüntü Kirliliği 91
Muhafazakar Ataerkil Perspektifinden #sendeanlat (tellyourstory) Hashtaginin Analizi 98
Bayat Ekmeklerin Değerlendirilmesi: Kırklareli Mutfağı Örneği 107
Ekmek Çeşitleri: Kırklareli Mutfağı Örneği 118
Teknoloji Kullanım Düzeylerine Göre Süt Sığırcılığı Yapan Aile İşletmelerinin Karşılaştırılması; Konya İli Örneği 128
Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Kişilerarası Güvenin Gelişimi 135
Cumhuriyet Sonrası Türkiye Ekonomisinde Gelişmeler ve Bankacılık Sektörü 147
TMS 19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar Standardı Kapsamında Kıdem Tazminatının Muhasebeleştirilmesi ve Tekdüzen Muhasebe Sistemi ile Karşılaştırılması 155
Tarım İşletmelerinin Üretim Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) Yöntemiyle Analizi: Çanakkale İli Kumkale Ovası Örneği 166
Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi ve Lüks Oteller Üzerine Bir Uygulama 177
Kentsel İnovasyon ve Yönetişim 189
Rural Development Planning in European Union* 197
The Role and Efficiency of Agricultural Cooperatives in European Union* 202
Yugoslavya'nın Yıkılışında Sırp Milliyetçiliğinin Rolü 209
Does Globalization Matter on Corruption Level in OECD Countries?: An Empirical Analysis 220
Turistlerin Otel İşletmelerine Yönelik Kültürel Tutumlarının Cinsiyet Açısından Değerlendirilmesi 227
Turistlerin Otel İşletmelerine Yönelik Marka Kişiliği ile ilgili Tutumlarının Cinsiyet Açısından Değerlendirilmesi 231
Gökçeada İlçesinde Organik Arıcılık Yapan İşletmelerin Sosyo-Ekonomik Yapısı ve Pazarlama Olanakları 236
Dijital Çağda Ekonomik Fırsatlar 246
Religious Tourism and Turkey 256
A Research About The Relation Between Information Technology And Agricultural Extension 262
Tüketicilerin Tavuk Eti Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Logit Analizi ile Belirlenmesi: Aydın Merkez İlçe Örneği 268
Kamu Harcamalarının Finansmanda Vergi Gelirleri 278
Üçüz Açık ve Türkiye Değerlendirmesi 283
Türkiye'de Satın Alma Gücü Paritesi 288
Green Paradox versus of Green Economy: Evidence from Green Skills and Jobs 291
Transfer Harcamaları İle Gini Katsayısı Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi 297
Vergi Cehennemi Temelinde OECD Ülkelerinin Ekonomik Performansının Analizi 302
Enflasyon ve İşsizlik Arasındaki İlişkinin Phillips Eğrisi Perspektifinden Ampirik Analizi: Türkiye Üzerine Kanıtlar 310
Kullanım ve Doyum Aracı Olarak Popüler Kültür 318
Türkiye'nin Kalkınmadaki Yeni Hamleleri: Kamu-Özel Ortaklıkları Yoluyla Attığı Adımlar 325

Reklam Ajansı Seçiminde Reklamverenlerin Tercihini Etkileyen Faktörler: Türkiye Örneği 341
Development Of Bulgarian Food Processing Industry 349
The Causality Effect of Interest in the Financial Crisis and Oil Market on Food Prices: A Case Study of Internet Search Engine Behavior 354
Evaluation of The Perception of Patient Safety Competencies: A Cross-sectional Study in Undergraduate Nursing Students in Turkey 364
Balıkesir İli İvrindi İlçesinde Süt Sığırcılığı İşletmelerinin Sermaye Yapılarının İncelenmesi 374
Küresel Isınmaya Neden Olan Bazı Faktörlerin Uzun Dönem Etkilerinin İncelenmesi: ARDL Yaklaşımı (Türkiye Değerlendirmesi) 383
Müzayedelerde Fiyatı Belirleyen Faktörler: Soyut Resim 390
Taklit Unsuru Olan Tabloların Ticari Değer Olarak Pazarlanmasına Dair Bir Yaklaşım 394
Deri ve Deri Mamülleri Sanayinde Ham Derinin Önemi 398
Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi 404
Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim Sağlama Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma 411
Relationship Between Recreation, Tourism and Technology 420
Belediyelerin Aile Eğitimindeki Görevleri Üzerine Bir Deneme: Yerel Aile Uygulaması 430
Yerel Yönetimlerin Vatandaşlık Bilincinin Oluşturulmasında Sosyal Medyanın (Twitter) Rolü: Kadıköy Belediyesi Örneği 442
Sanayileşme Sürecinde Osmanlı Devletinde Ekonomik Gelişmeler 453
6701 sayılı Kanun Çerçevesinde Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun Görev ve Yetkileri 458
Çanakkale İlinde Tüketicilerin Gıda Güvenliği Konusunda Bilgi Durumları Ve Çeşitli Tercihleri Üzerine Bir Araştırma 472
Türkiye'nin 2000'li Yıllarda Körfez İşbirliği Konseyi Ülkeleri ile İlişkileri 480
Wagner ve Keynezyen Yaklaşımların Ampirik Analizi: Türkiye Ekonomisi Örneği 489
İllerdeki Sağlık Personeli Dağılımıyla Dengesiz Sığınmacı Yerleşimi Temelinde Sağlık Sektöründe Yaşanan Bölünmüş İş Piyasası Sorunu 494
Refah Devleti Uygulamaları: Almanya- Japonya Ve Türkiye 498
Küreselleşmenin Yoksullaştırıcı Gücü Olarak Kültür Medya ve Televizyon 505
Ekonomik Kalkınmanın Sosyal Dışlanma Engeli 522
Suriyeli Sığınmacıların Entegrasyonunun Sağlanmasında Sosyal Pazarlama Yaklaşımı 533
Does ICT Play Role on Corruption Level in African Countries: Panel Study 546
Determinants of Urban Growth in Sub Saharan Africa Developing Countries in the 21st century 554
The Major Drivers of Urban growth in Developed countries in the 21st century: Evidence from the Group of seven (G7) countries. 563
Dijital Teknolojinin Sağlık Uygulamalarındaki Yeri 572
Endüstri 4.0 Ve Dijitalleşme Neler Getirecek? 577
Endüstri 4.0: Ulaşım Lojistiğinin Değişen Yüzü 583
4.0 Endüstri Teknolojieri Hayatımıza Giriyor 590
Öğretmen Adaylarının Ekolojik Ayak İzlerinin Belirlenmesi 596
Öğretmen Adaylarının Çevresel Tutumlarının Yeni Çevresel Paradigma Ölçeği İle İncelenmesi 607
Edirne İli Ortaöğretimde Biyoloji Öğretmenlerinin Materyal Kullanım Sıklığının İncelenmesi 611
Edirne İli Ortaöğretim Okullarında Biyoloji Öğretmenlerinin Araç Gereçleri Etkili Kullanımı İle İlgili Yeterlilik Durumlarının Araştırılması 620
Türkiye'de Almancanın İngilizceden Sonra İkinci Yabancı Dil Olarak Öğretimi ve Öğrenimi Üzerine Lisansüstü Çalışmalara Bir Bakış 629
Sağlık Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Müşteri Tatmini İlişkisi 653
Akıllı Telefon Kullanan Üniversite Öğrencilerinin Marka Özdeşleşmesinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi 660
Tesbih Ağacı Tohumlarının Yetiştiriciliğinde Atık Su Arıtma Suyunun Değerlendirilmesi 673
Osmanlı İmparatorluğu'nda Kapitülasyonların İktisadi Açıdan Etkisi: 1838 Balta Limanı Antlaşması 682
Sağlık Okuryazarlığının Diğer Okuryazarlık Türleri İle İlişkisi: Edirne İlinde Bir Uygulama Çalışması 692
Çatışma Yönetiminin İş Tatminine Olan Etkisi: Konuyla İlgili Bir Araştırma 699
Fight Against Middle Income Trap: The Case of Turkey 714

Evaluation of the Rank of Turkey in the Global Competitiveness Index 719
Gümrük Mevzuatında Sınır Ticareti İşlemleri ve Edirne İlinin Durumunun Değerlendirilmesi 727
Bireysel Yatırımcıların Meslek Gruplarına Göre Risk Alma Eğilimlerinin Karşılaştırılması: Sakarya İli Örneği 741
Türkiye'de Hanehalkı Özel Sigorta Harcamalarının Belirleyicileri: Tobit Modeli Uygulaması 748
Gelişmişliğin Anahtarı: Türkiye'de Ar-Ge'ye Yönelik Uygulanan Vergisel Teşvikler 753
Peyzaj Tasarımının Konut Yerleşmelerinde Sunulan Yaşam Tarzının Oluşumundaki Rolü 762
Altına Yatırım Kararlarında Finansal Davranış Faktörleri 772
Kırsal Kalkınmada Sosyal Ormancılığın Rolü 782
Belediye Hizmetlerinden Memnuniyetin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Alan Araştırması: Kırklareli Örneği 790
Türkiye'de Sağlık Sisteminde Yaşanan Gelişmeler, Sağlıkta Dönüşüm Programı ve 663-694 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamelerle 802
15. Asır Divan Şairi Fethî Hüdâyî ve Divanı 810
Ortadoğu'nun Su Sorunu ve Türkiye 820
Türkiye'de Bağımsız Denetimin Dünü Ve Bugünü 824
Regresyon Modellerinde Kademeli Kırılma 837
Geleneksel Yönetimden Yeni Kamu Yönetimine 846
Nev'î- zâde Atâyî'nin Sâkînâme'sinde Tasavvufi Metaforlar 852
Türkiye İç Sularındaki İstilacı Balıkların Etkileri: Ulusal ve Uluslararası Mevzuat 866
Estımatıon of the Impact of Local Productıon on the Local Consumptıon of Organıc Products in Bulgarıa 880
Euro Bölgesi ve Türkiye'de Bankacılık Sektörünün Karşılaştırmalı Analizi 890
S&P 500 Endeksi Getirilerinin Türkiye'de Bankların Hisse senedi Fiyatlarına Etkisinin Analizi 895
Sanayi Üretim Endeksi ve Sigortacılık Sektörü Hisse Senedi Getirileri Arasındaki İlişkinin Araştırılması: Borsa İstanbul Uygulaması 899
Küresel Kriz Sonrası MIST Ekonomilerinin Makroekonomik Performans Analizi 904
Tarım Kredi Kooperatiflerinde Tasfiye İşlemleri 908
Yarı-Başkanlık Sistemi İncelemesi "Rusya Örneği" 916
1923-1945 Dönemi Kamu Yönetimi Yazınında Amme İdaresi Dergisi ve Türk İdare Dergisi İncelemesi 925
Türkiye'de Kamu Yönetimi Yazını (1945'ten Günümüze) 930
AHS Ve COPRAS Yöntemleri İle CNC Dik İşleme Merkezi Tezgâh Alternatiflerinin Değerlendirilmesi 934
Monte Carlo Simülasyonu İçin VBA Uygulaması 942
En Kısa Yol Problemlerinin Dinamik Programlama ile VBA Uygulaması 946
Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Bölümlerinden Memnuniyetleri Üzerinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi: Aşkale MYO Örneği 951
Yeni Keynesyen Okulda Fiyat Katılığı Kavramı 963
Gıda Güvencesini Hesaplama Yöntemleri ve Son Gelişmeler 969
Birleşmiş Milletler Gıda Ve Tarım Örgütü İle Türkiye Arasındaki İlişkilerin Değerlendirilmesi 982
Süt Sığırcılığı İşletmelerinde Üreticilerin Hayvan Refahı İle İlgili Bilgi Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma: İzmir İli Örneği 988
Türkiye'de Uygulanan Tarımsal Desteklerin Üretici Açısından Değerlendirilmesi (Çanakkale İli Örneği) 995
Devletin Başarısızlığının Normatif Teorisi ve Piyasa Başarısızlığına Karşı Devletin Başarısızlığı 999
Aile İşletmelerinde Çalışan İş Görenlerin İşbirlikçi İklim Algısı ve Bu Algının İş Gören Performansı İle İşe Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Konya İlinde Bir Uygulama 1007
Tarımsal Yeniliklerin Benimsenmesinde Damızlık Koyun-Keçi Yetiştiricileri Birliğinin Üyeleri Üzerine Etkileri: Çanakkale İli Örneği 1019
To Examine the Future of Beef Production in Turkey 1026
Effect of Land Consolidation on Rural Development; a Case of Study Inli-Dinlendik Villages 1035
Nasreddin Hoca Fıkralarının Almancaya Çevirileri Üzerine Bir Değerlendirme 1045
Reklamlardaki Cinsel Öğelerin Yoğunluğunun Markaya Yönelik Tutum ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: TV Reklamları Üzerinde Bir Araştırma 1064
Türkiye'de Voleybol Kulüplerinin Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Bir Araştırma 1070

Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Savaş Kavramına İlişkin Metaforik Algıları 1078
Tarımda Mekanizasyon Kullanım Etkinliğinin Belirlenmesi 1087
Tarihsel Süreç İçerinde Çeviri Etkinliğine Genel Bir Bakış 1098
Otizm Farkındalık Ölçeğinin Geliştirilmesi 1104
Aksaray'da DSİ Küçük Sulama Projelerinden Faydalanan Bazı Tarım İşletmelerinde Sulama Maliyetlerinin Etkinliğinin Belirlenmesi 1112
Niğde'de DSİ Küçük Sulama Projelerinden Faydalanan Bazı Tarım İşletmelerinde Sulama Maliyetlerinin Etkinliğinin Belirlenmesi 1118
Organik Süt Satın Alma: Kırklareli Örneği 1124
Sosyal Girişimcilik 1133
İşletme İçi Girişimcilik 1137
Wie bitte? A1.1 Almanca Ders Kitabının İncelenmesi ve Değerlendirilmesi 1141
Dinsel, Dilsel, Etnik ve Kültürel Çeşitlilik Bayan İşgücü Katılımında Önemli midir?: Gelişmekte Olan Ülkeler Örneği 1154
Politik İstikrarın Bayanların İşgücüne Katılımına Etkisi: Asya, Afrika ve İslam Ülkeleri Örneği 1158
Afrika Ülkelerinde Yoksulluk ve Bayanların İşgücüne Katılımı: Panel Analiz 1162
Turkey – Bulgaria Social and Economic Relations 1166

ABSTRACTS 1175
Küreselleşme Kıskacında Zorunlu Arabuluculuk 1176
Cumhuriyet Dönemi Dış Ticaret Politikalarının Kuramsal Açıdan Değerlendirilmesi 1177
Otizm Spektrum Bozukluğu Olan Çocuklarda Oyunun Dil Gelişimi Üzerindeki Etkisi: Derleme 1178
Özel Eğitim Öğretmenlerinin Öz-Yeterlik Algılarının İncelenmesi: Edirne Örneği 1179
TFRS 9 Kapsamında Riskten Korunma Muhasebesi İçin Gerekli Kıstasların İncelenmesi 1180
Antifungal Properties of Some Essential Oils Against Saccharomyces Cerevisiae 1181
Antimicrobial activities of some Medicated Soaps used by Mascara city Residents in Algeria 1182
Muhasebe Büro Elemanlarının Mesleki Becerilerinin İncelenmesine İlişkin bir Araştırma 1183
Toplumsal Cinsiyet Olgusunun Mesleki Eğitim ve İş Yaşamı Tercihlerinde Etkisinin İncelenmesine Yönelik bir Araştırma 1184
1989 Zorunlu Bulgaristan Göçü: Şirinköy Örneği 1185
Türkiye'nin Balkan Politikası Çerçevesinde Bosna Hersek-Türkiye İlişkileri 1186
Lojistik Regresyon Analizinde Bootstrap Yönteminin Uygulanması 1187
Dinsel, Dilsel, Etnik ve Kültürel Çeşitlilik Bayan İşgücü Katılımında Önemli midir?: Gelişmekte Olan Ülkeler Örneği 1188
Afrika Ülkelerinde Yoksulluk ve Bayanların İşgücüne Katılımı: Panel Analiz 1189
Politik İstikrarın Bayanların İşgücüne Katılımına Etkisi: Asya, Afrika ve İslam Ülkeleri Örneği 1190
Revize Finansal Raporlamaya İlişkin Kavramsal Çerçeveden Beklentiler 1191
Marka Faydasının Marka Tutumu ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkileri 1192
Fonksiyonel, Deneyimsel ve Sembolik Faydaların Marka Tatmini ile Davranışsal ve Tutumsal Sadakat Üzerindeki Etkileri 1193
Avrupa Birliği Müktesebatına Uyum Çerçevesinde Türkiye'de Devlet Yardımları 1194
Çalışma Yaşamının Dijitalleşmesi 1195
Ekonomik Krizin Çalışanlar Üzerinde Yol Açtığı Psikolojik Sorunlar 1196
Örgütlerde Meslek İntiharını Önlemeye Yönelik Bir Model Önerisi 1197
Yoksulluk ve Sosyal Belediyecilik Uygulamaları 1198
Comparing Vocational Training Activities For Increasıng Young People's Employment In Slovenia and Turkey 1199
1950'li Yıllarda Adana'da Boş Zaman Değerlendirme Mekânları: Barlar, Sinemalar ve Kahvehaneler 1200
An Multidimensional Analysis of Energy Relations between Turkey and its Neighbors in The Balkan Region 1201
Reforming English Teaching: Creating a Community 1202
An Overview of Multicultural Education 1203
Merkez Bankalarının Para Politikaları ve Karar Stratejileri 1204
Sosyal Medyanın Benmerkezci Bireyler Yaratması ile Gelişen Narsist Pazarlama 1205
Şehirsel Markalaşma Sürecinde Turizm Odaklı Düşünme: Üsküdar Örneği 1206
Ürdün'de Turizm Kaynaklarının Değerlendirilmesinde Alternatif Güzergahların (Rotaların) Oluşturulmasının Önemi 1207
Antrepolardan Motorlu Araç Montaj İmalatına: Ford'un İstanbul'daki Otomotiv Montaj Fabrikası 1208
21. Yüzyılda Türkiye'nin İktisadî Diplomasi Stratejisi: Jeopolitik İktisat Açısından Bir Değerlendirme 1209
Türkiye'de Gıda Güvencesi Kavramı ve Uygulanan Politikalar 1210
Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararları Çerçevesinde Aile İçi Şiddet 1211
Edirne İlinde Lavanta Yetiştiriciliğinde Üreticilerin Bilgi Kaynaklarının Belirlenmesi 1212
4721 Sayılı Türk Medeni Kanunu'nda Boşanma Sebepleri 1213
Otizmli Yetişkin Bireylerde Masa Tenisi Oynama Becerisinde Doğrudan Öğretim Yönteminin Etkililiği 1214
İşletmelerde Mali İşler Departmanlarının Kar Merkezine Dönüşüm Süreci 1215
Olimpiyatlarda İlk Kadınlar: Türkiye Örneği 1216
Çoklu Zeka Alanları ve Algılanan Liderlik Davranışları İlişkisi: Hokey Sporcuları Örneği 1217
The Place of Agricultural Holdings and Co-Operatives in the Agriculture of Macedonia 1218
Deformed and distorted Children by the process of growing up in modern society in The Education of Skinny Spew and Gum and Goo by Howard Brenton. 1219
E-Ticaretin Türkiye'de Gelişimi ve Geleceği Üzerine Bir Analiz 1220

Alija İzetbegoviç: Mütedeyyin, Mütefekkir ve Mücahit.....1221
Pedagojik Formasyon Öğrencilerinin Özel Eğitim Dersine Yönelik Tutumlarının İncelenmesi.....1222

Supply Chain Management – Models And New Trends

Aneta Risteska Jankuloska[1] Dragica Odzaklieska[2] Tatjana Spaseska[3] Fanka Risteska[4]

[1]Faculty of Economics- Prilep, a_risteska@yahoo.com

[2]Faculty of Economics- Prilep, dragicaodzaklieska@yahoo.com

[3]Faculty of Economics- Prilep, tatjana.spaseska@gmail.com

[4]Faculty of Economics- Prilep, f.risteska@yahoo.com

Abstract: Nowadays, supply chain management is becoming more relevant problematic. Supply chains are complex and dynamic systems in which information, materials and cash flows are interconnected. Each product has its own supply chain, some supply chains can be short and simple and some quite long and complex. Supply chain activities cover everything from product development, sourcing and production to logistics, as well as the information systems needed to coordinate these activities.

Considering the numerous activities in the supply chain it is necessary to manage it. Supply chain management (SCM) is the active management of supply chain activities to maximize customer value and achieve a sustainable competitive advantage.

The subject of research in this paper will be the models of supply chain management, and at the end of the paper an analyses of new trends of supply chain management will be performed.

Key words: supply chain management, models of SCM, trends in SCM

Introduction

Today, the supply chain and its managing is very popular in the scientific and expert public and practice. The exchange process has started since the moment when people started to exchange different products among them. Since that time up today, by continuous development of the production process, the transport system and other accompanying processes in the materials, information and finances flow, the exchange process has gained even higher complexity.

The exchange process includes more and more companies with different activities, on different geographical locations. The connecting of these companies not only from the offering place, but even rather earlier – from the place of raw materials purchase up to the place of the demand, i.e. the end user, is called a supply chain, demands chain or values Having in mind the complexity of the supply chains, their managing is indispensable, so, in this context, some models of its management will be elaborated, and the factors influencing its management as well. At the end of the study, several trends characteristic for the supply chain and the logistics, will be given.

1. Theoretical overview for supply chain and supply chain management

Having in mind the complexity of this issue, there is not a unified definition. Because of that, at the beginning of this paper, the theoretic basics of the supply chain and its difference with the logistics, will be elaborated, together with the difference between the logistics management and the supply chain management.

It is considered that the first definition of the logistics was given in 1982 and according to it, the logistics is defined as managing of all inbound and outbound materials, semi-products, raw materials and ready products.

According to the European Logistics Association – ELA, the logistics is defined as organizing, planning and distribution to the end users, with an aim to meet the market demands with minimal costs and capital.

While Martin Christopher (Christofer, 1998) defines the logistics as a process of strategic managing of the supply, then the raw materials, semi-products and ready products transfer and storing through organizations and their marketing channels in this way that will maximize the current and future profitability by cost-effective meeting of the buyers' demands.

As for the supply chain, according to Stevens (Stevens, 1989), it is a system composed of: materials, production objects, distribution services and users connected through the materials flow and the return information flow..

According to Chow (1994), the supply chain comprises all companies that participate in the production/processing, sale and distribution of the product from the raw materials source up to the end user.

As per M. Christopher, (Christofer, 2011) the supply chain is a link between the dependent and independent organizations that work together , in order to control, implement and upgrade the materials and information flow from the supplier to the buyer.

The supply chain consists of many activities and organizations for materials movement across their way from the initial supplier to the end buyers. Here, it should be noted that each product has its supply chain and some chains are short and simple, while the others are long and complex.(Regodic, 2014).

From the a.m., it can be concluded that there is not a unique definition for the supply chain, nor for the logistics, which is only one segment of the supply chain.

Also, in the professional literature and practice, there are several definitions for logistic management and the supply chain management.

So, the supply chain management comprises all activities relating to the resources purchase, conversion of those resources and all logistic activities. That means coordination and cooperation of the partners in the supply chain, that can be suppliers, mediators, logistics providers and buyers. The supply chain management includes all operative logistic activities, production, and it establishes coordination with and through the marketing, sale, the product design and information support.

„Supply chain management is the integration of key business processes from end-user through original suppliers that provides products, services and information that add value for customers and other stakeholders." (Lambert, 2008).

While the logistics management is a part of the supply chain management and comprises the operating activities for transport, storing, materials managing, delivery, the logistic network creating, stocks management, offer and demand planning on the level of one company and outsourcing strategy managing.

2. Models for the supply chain management

In this context, we shall mention several models for the supply chain management and organization, such as: functional, supplying, logistic-transport, informative, strategic and a model for reengineering the business processes (Beker & Stanivukovic, 2003).

Functional model. This model is a kind of the supply chain management and organization and it can be seen in a large number of firms. For the firms that do not think within the framework of the supply chain philosophy, it is said that have functional model of managing. Those firms consist of independent wholes (purchase, production, research and development etc.). Each whole has its own plans. The basic weakness of those firms is the projection of the functional and business links between the mentioned wholes, while the functional and business links between the firms that constitute the supply chain do not exist at all. The assessment of these firms success consists mainly of independent success

assessment of each sector. For example, the purchase assesses the success by the purchase price of the materials and the costs that additionally burden the purchasing process, the distributive centers by the distributing costs share in the final selling price etc. Should some initiative for the success increasing appears, that is a local initiative and it can, but not necessarily, mean the increase of the entire firmsuccess. When the entire supply chain is in question, its success is not considered at all, while the initiatives that will increase the supply chain success are out of question.

Supplying model. Usually, this model comes from the firms that have applied the functional model, but then have decided to cut the material costs. The material costs present the largest part of the total costs especially with the production enterprises, but the servicing ones should not be excluded because they also purchase material goods and pay for services that are basic for offering new services. The procedures used for costs decreasing are:

- The market research in order to find out a product/suppliers of higher quality/low price;
- Unified stocks (reduction of similar/different items that enable decreasing of the suppliers number, purchase of larger amounts of one item etc.);
- Direction to suppliers that for the needs of their buyers keep stocks, necessary amounts and ranges in their storehouses.

In this model, the purchase manager can take over the control over the supply chain management.

These changes cause consequences even out of the company's framework and spread through the entire industry to which the suppliers belong, and establish strong relations between the producer and the supplier, so their trade relation becomes a partnership.

Logistic-transport model. The idea for the companies connecting originates from the logistic way of thinking. It is logic for a product to be transported (raw material–semi-product-transport-product-transport-distributor-transport-seller-transport-buyer). Therefore, the transport is very important and presents an integrative factor for the supply chain. In this model of the supply chain management, when we start forming the chain and when we look for a person who will be responsible for the chain successful functioning and managing, the best logic solution is a transport manager. By using this model of the supply chain management, it is expected the costs to be decreased and the profit increased.

Informative model. This model aims to the costs decreasing by upgrading the relationship between the producer and the supplier, and inside the production company itself. New ways of information exchange appear – through computers and computer networks, with a special stress on the internet. EDI is one of the first examples for upgrading the communication between the enterprises. Problem for the effective information exchange is the lack of an integrated software for communication within the company itself and between two companies. In the world today, the intensive efforts for standardizing the data structure and the process of information exchange, are very actual. This will enable standardized data exchange across the entire supply chain.

Strategic model. The firms struggling for their survival on the market where there are more and more new requests from the buyers, consider the supply chain as an integral element of their strategy for the survival on the market. For them, the strategy to survive on the market is not directed only to the product, but also to those activities that are connected with the product. In fact, those activities are key when the buyer chooses which product to buy. All resources in the supply chain are directed towards the buyer's satisfaction.

Model that implies reengineering of the business processes. Reengineering of the business processes implies radical changes in the processes in order to decrease/eliminate the costs/losses and to upgrade the product/service quality. Up to now, usually the reengineering has been applied to one company, but by the firms connecting into a supply chain, it is customarily to apply the reengineering to all firms within the chain.

3. Key factors influencing the supply chain management

Many factors influence the supply chain management, and the most important ones are: (Jelena Bošković, 2013)

- Decreasing the suppliers number,
- Competition increasing;
- Shortening the product life cycle;
- Technology.

Today, each enterprise in the supply chain intends to decrease the suppliers number and to keep long-term collaboration with them. The managers believe into establishing long-term relations with several suppliers and it is more often situation the company to have smaller number of suppliers, and to offer a wide choice of products for its buyers.

The increased competition also influences the supply chain. Today, in the conditions of higher globalization, the competition is even higher, and the result of that, is the chain growth back towards the suppliers in other countries and forward towards new buyers in these same other countries.

Another factor is the product life cycle decreasing. The products life cycle is shorter due to the appearance of new products and in order a company to be competitive, it has to react in due time, in order to response to the new buyers' requests.

The most important factor that influences the supply chain management is the technology. Information technologies that have significant influence on this concept development, are systems ERP (enterprise resource planning) and APS (advanced planning and scheduling).

ERP systems comprise financing, forecasting, order monitoring, sales analysis, distribution and quality control. They possess power tools for monitoring and informing, but are rather rigid and their application demands well defined data.

There is not some accurate definition of APS systems, but it can be said that they compensate the disadvantages of ERP. APS systems take into account the raw materials and the available capacities for generating new plans and on the basis of the given targets (minimal stocks, delivery terms etc.) they form detailed optimal activities schedule.

The electronic data interchange (EDI) provides good link between the buyers' database and the suppliers' database. In every shop with laser scanning of the product's bar code, its sale is automatically recorded. Selling information is transmitted to the main distribution center and the suppliers included in the system. Each supplier has an access to the database that comprises selling information on its products and the trend of the production line movement. By accessing the database, the suppliers are able to see delivery, sale and stocks data, and with that they get information on the stocks/sale relation.

4. Trends in the logistics and the supply chain

The development of technology and internet has caused significant changes in the logistic activities and the supply chain. So, today we have electronic purchase, while the automation of the processes in the logistic activities, from purchase, through storing, stocks keeping, materials managing, transport, to delivery, has significantly eased the complex activities, especially on a global level. The time for making transactions has shortened, and with the development of global sources for supply, the companies can select a supplier from the world market. Global retailers become leaders in the distribution channels. The producers, especially the small and medium ones have no choice but to accept the wish of the global retailers and adjust themselves to their needs. Furthermore, the way of distribution has been changing, where partnerships become more relevant etc.

As trends in the logistics we can mention the following ones: (Regodic, 2014)

- Electronic purchase and electronic catalogues
- Development of global supplying sources and global purchase
- Connection in the supply chain
- Centralization of the delivery through big and multi-effective distribution centers that carry out the activities for the product packing and marking
- Appearance of a delivery chain
- Growth of the integrated supply chains
- The suppliers take more care about the stocks of the company-producer
- The producers take more care about the stocks of the companies-sellers
- The work for storing is completely computerized and automated.
- Bigger importance of the mathematical models, modeling and techniques for simulation in the stocks management, storing area, transport routes etc.
- The communication is based on EDL technology within the ERP systems and
- Growth of the effectiveness and productivity in the logistic working.

The trends in the supply chain are intertwined with the trends in the logistics, having in mind that the logistics is a segment of the supply chain. However, in the professional literature the following six key trends in the supply chain can be set aside: (Banu, Rao, 2015)

- demand planning
- globalization
- increased competition and price pressures,
- out-sourcing
- shortened and more complex product life cycles,
- closer integration and collaboration with suppliers.

Today, demand planning have increased, more companies have moved away from focusing efforts on plant-level production planning and are adopting more of a demand driven focus of trying to influence and manage demand more efficiently.Advanced demand planning systems and proper strategies can also help uncover data and identify trends buried in a company's information systems.

The globalization is dramatically impacting the way business is managed. No area of a business is affected more by the trend to a global business environment than the supply chain. Manufacturing, distribution, sourcing of materials, invoicing and returns have all been significantly impacted by the increased integration of a global customer and supplier base, and many companies find that existing processes and technology are not flexible enough for this new business environment.

Due to globalization the competition is increased and companies need better ways to distinguish themselves.

In one case, a large global consumer goods manufacturer saw prices around some of its commodity products drop as much as 60-80 percent. Product innovation and brand equity no longer were allowing them to command a higher price in the market. In order to continue to compete with that commoditized product they made significant cost Improvements with supply chain re-design and technology. In the fourth place owing to outsourcing some realize that outsourcing parts or all of a supply chain can be advantageous. With marketplace improvements around (1) information media and systems (2) cost and quality of global manufacturing and distribution, and (3) product design capabilities, companies are gaining additional synergies by outsourcing all or parts of their supply chain.

In fifth place where shortened and more complex product life cycles many MNCs, TNCs, IBCs, are under pressure to develop innovative products and bring them to market more rapidly, while minimizing cannibalization of existing products, which are still in high demand. In order to meet the needs of both customers and consumers, companies need more efficient product lifecycle management processes. This includes heavy emphasis on managing new product introduction, product discontinuation, design for manufacturability and leveraging across their entire product and infrastructure characteristics.

Also more corporates are moving towards more intense collaboration between stakeholders' customers and suppliers for extended supply chain. The level of collaboration goes beyond linking information systems to fully integrating business processes and organization structures across companies that comprise the full value chain. The ultimate goal of collaboration is to increase visibility throughout the value chain in an effort to make better management decisions and to ultimately decrease value chain costs.

Conclusion

From the above elaborated text, we can conclude that the supply chain management is not a simple process at all, having in mind that it consists of many participants and activities. Here, it shall be taken into account that there are also a lot of factors that influence its management. Having in mind the a.m., the most frequent characteristics of the supply chain management can be the following ones:

- Total elimination of the boundary among the firms in a chain
- The management is continuous process consisting of three basic flows: products flow, information flow and values flow.
- Stocks visibility at each level of the supply chain
- Risk sharing among the members
- Planning of the activities in the supply chain
- Creation of logistic alliances as an organizational precondition for integrated logistic flow.

Today the environment where the companies operate is quite dynamic and it is necessary to accept the new trends in supply chain management such as: demand planning, globalization, increased competition and price pressures, out-sourcing shortened and more complex product life cycles and closer integration and collaboration with suppliers.

References

Christopher M, (2011), Logistics & Supply Chain Management, Prentice Hall, fourth edition, London

Christopher M, (1998) Logistics & Supply Chain Management, Prentice Hall, second edition, London

Stevens C.G. (1989), Integrating the Supply Chain", International Journal of Physical Distribution & Materials Management, Vol. 19 Issue.

Angerhofer, B. J., Angelides M. C, (2000), System Dynamics Modelling in Supply Chain Management: Research Review", Proceedings of the 2000 Winter Simulation Conference, pp. 342 – 351

Chow G., Trevor D. Heaver, Lennart E. Henriksson, (1994) "Logistics Performance: Definition and Measurement", International Journal of Physical Distribution & Logistics Management

Regodic D, (2014), Logistic and supply chain, University Singidunum, Beograd

Lambert, D. M. (2008), Supply Chain Management - Processes, Partnerships, Performance, 3rd edition, Supply Chain Management Institute, Sarasota, Florida.

Beker I, Stanivukovic D.,(2003), Logistika, Novi Sad.

Bošković J., (2013), Supply chain management, 40th International conference for quality, FQ2013.

Importance and Use Of Information Technology In Sme's In Macedonia-Case Of Pelagonia Regıon

Dejan Zdraveski, PhD[1] **Margarita Janeska, PhD[2]**

Kosta Sotiroski, PhD[3] **Ana Ivanoska Kukunoski[4]**

[1]University "St. KlimentOhridski" – Bitola, Faculty of Economics – Prilep, E-mail: dejan_zdrave@yahoo.co.uk

[2]University "St. KlimentOhridski" – Bitola, Faculty of Economics – Prilep, E-mail: mjaneska@yahoo.com

[3]University "St. KlimentOhridski" – Bitola, Faculty of Economics – Prilep, Email: kostasotiroski@gmail.com

[4]E-mail: ivanoska.ana@hotmail.com

Abstract: According to European statistics, small and medium-sized enterprises make up about 98% of the overall business in Europe and employ 90 million people. Similar is the situation in Macedonia, where the basis of the Macedonian economy is comprised of small and medium-sized enterprises that represent drivers of economic growth. As in most of the developing countries, also in Macedonia, small and medium enterprises play a key role in promoting of economic and social development by creating new employment opportunities.

Information technology has a greater impact on the overall life in a society and thus on economic processes. Such influence is increasingly in small and medium-sized companies, especially with the development of new information technologies such as cloud computing, business intelligence, big data, Internet-of-Things, etc. The accent in this paper will be on implementation of information technology in small and medium-sized companies because the Macedonian economy relies mostly on these companies. Also, the information technologies are most important tool for growth of competitiveness of small and medium-sized companies.

This paper will present the current state of the implementation of information technology in small and medium-sized companies, especially in the Pelagonia region. The accent will be on whether companies use the new information technologies, for which purpose they use, how much they invest in new innovative solutions, did they have employed an information experts etc.

Key words: Information technologies, SME's, cloud computing, big data, economic growth

1. Introduction

Today's in modern economies that are characterized by great dynamism, technological breakthroughs and competition, there is a need for the development of a dynamic sector that can be quickly and easily adapted to the changes in the environment. Small and medium enterprises with their characteristics, such as simple organizational structure, centralization in decision making, greater flexibility, more efficient coordination, etc., can adapt to new economic conditions more quickly than large companies.

Small and medium enterprises are "spiritus movens" for the development of modern economies. According to the many experts, they are synonymous with the private sector and entrepreneurship, because they promote private property and entrepreneurial skills. Statistics in almost all countries show that small and medium-sized enterprises are absolutely dominant in the economies and most often represent more than 99% of the total number of companies.

SME's sector is dominant in developing countries, while high flexibility and low fixed costs being the key determinants of the comparative advantage of small and medium enterprises. Small and medium-sized enterprises are a source of innovation and therefore have a significant role to play in accelerating the technological and economic development of each country. Precisely because of this, the policies of the developing countries are aimed at undertaking a range of measures, economic reforms and implementation of strategies and national programs aimed at encouraging the development of small and medium-sized enterprises.

Conditions in modern economies create many opportunities for companies, but there are a number of barriers and difficulties they face. So, the question often arises: can SMEs deal with processes that are characteristic of the contemporary market economy, for example globalization, deregulation and the development of new technologies. But, thanks to its flexibility, small and medium-sized enterprises can adapt very quickly to the

new conditions. Also, the development of information technology and its application in small and medium-sized companies greatly helps to overcome the barriers they face. Especially today, with the development of new information technologies, it is much easier for small and medium-sized companies to engage in the international market and to follow the processes of globalization.

Two decades ago only large companies could afford to implement information technologies in their work due to high costs of this technologies. Today, not only large companies, but also SMEs, with the development of new technologies such as cloud computing, data mining, business intelligence, can implement them to support business processes with relatively small financial resources. In this way they become competitive and they are able to penetrate the international markets

The fact that the diffusion of information and communication technologies (ICTs) is a reality in many parts of world, it is particularly for developing countries held to offer remarkable opportunities for the alleviation of poverty and the creation of employment. On that way IT have the potential to expand a country's economy by making SME's more accessible to local and global markets, improving their access to market information, providing information for better and more competitive prices, and lowering transaction costs.[1]

Information technology plays a major role in the development of small and medium-sized enterprises and their adjustment to changes in the environment. IT also enables SMEs to design and distribute new products and services more easily, but also redesign their own business processes to respond to changes in the environment.

2. SME's sector in Macedonia

The development of small and medium-sized enterprises is one of the key factors for achieving accelerated economic growth and increasing employment. The great importance of small and medium enterprises for the development of the Macedonian economy is confirmed by research related to the country's development opportunities, the experience and practice of developed countries, as well as countries in transition.

According to the European commission: "Small and medium-sized enterprises (SMEs) are the backbone of Europe's economy. They represent 99% of all businesses in the EU. In the past five years, they have created around 85% of new jobs and provided two-thirds of the total private sector employment in the EU. The European Commission considers SMEs and entrepreneurship as key to ensuring economic growth, innovation, job creation, and social integration in the EU."[2]

Therefore, the development documents and macroeconomic policies of the Republic of Macedonia, in the medium and long term, predicts that small enterprises will be a significant factor for increasing production and employment. Small and medium-sized business, with their vitality, intensity, adaptability of the requirements on the domestic and foreign market, competitiveness and the provision of new technologies and knowledge, contribute to creating new jobs and increasing production, and thus to developing the national economy. Today, most of the companies in Macedonia belongs to category of small and medium enterprises. They represent 99% of the total number of active enterprises, which is an important indicator for the participation of this category of enterprises in Macedonian economy.

If we make a comparative analysis, we can see that the situation in the SME's sector in Macedonia is compatible with the situation in this sector in the EU. It can be seen from the following table:

Table 1. SME's sector, Macedonia vs EU

Class size	**Number of enterprises**			**Number of persons employed**			**Value added**		
	Macedonia		EU	Macedonia		EU	Macedonia		EU
	Number	Share	Share	Number	Share	Share	Million €	Share	Share
Micro	48981	90.4	93	119026	32.3	29.8	818	21.9	20.9

[1] Shiel, H. et al. 2003. Understanding the implications of ICT adoption: Insights from SMEs. Logistics information management, vol. 16 (5),pp.312-326.

[2] https://ec.europa.eu/growth/smes_en

Small	4306	7.9	5.8	82079	22.3	20.0	836	22.4	17.8
Medium-sized	739	1.4	0.9	72706	19.7	16.7	758	20.3	18.2
SME's	**54026**	**99.7**	**99.8**	**273811**	**74.4**	**66.6**	**2412**	**64.5**	**56.8**
Large	157	0.3	0.2	94348	25.6	33.4	1327	35.5	43.2
Total	54183	100.0	100.0	368159	100.0	100.0	3739	100.0	100.0

Source: 2017 SBA Fact Sheet, European Commission

From the table it can be seen that the situation in the SME sector is very similar in the EU and in Macedonia in terms of the number of small and medium companies that are the basis of both economies. There is a certain difference in terms of number of employed provided by this sector and the added value it generates, but this difference over time decreases. As Macedonia approaches the EU, this gap will be further reduced, making Macedonia closer to the European average.

Due to the importance of this sector, Macedonia in its National Strategy for SMEs (2018-2023) continues the efforts to improve the business environment for the development of SMEs, while strengthening the efforts for improving the competitiveness and innovations.

"The latest review of the Economic Policy Index of the EU, SMEs (Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) 2016) praises Macedonia for its institutional framework and operational environment, where the country is considered "one of the most advanced economies in the the region of Southeast Europe in terms of advancement of its SME sector ". The review encourages Macedonia to continue its reform program and ensure adequate provision of services that meet the needs of SMEs. The review also contains suggestions for improvements in monitoring and evaluating policies, programs and services for SMEs and supporting the diversification of non-banking sources of finance."[3]

Also, in this strategy is presented that the Government will support the development of SMEs in this sector, promoting the use of IT in SMEs as a strategy for stimulating increased productivity and competitiveness. All these facts indicate the importance of information technology as a key factor for the development of SMEs.

"In the information society environment successful enterprises produce high technology goods and services and transform human effort materials and other economic resources into product and services that meet customers need. In such society, in order to be successful, SME would need high quality information and must always provide superior value, better than competitors, when it comes to quality, price and services."[4]

3. Importance and use of Information technologies in SME's

Information technology helps companies to increase their effectiveness and productivity. Especially in the case of small and medium-sized companies who using IT, they can reduce operating costs. This would result in a lower price of the final products and services, but also the use of quality information could result in an improvement in the value of their output. Using new technologies facilitates the global connectivity of companies and provide new ways of delivering products and services. The new business models conditioned by the development of Information Technology enable to small and medium-sized companies' access to new markets and new sources of competitive advantage, which are the basic conditions for growth.

For these reasons, the Government of Macedonia in its National Strategy for Small and Medium Enterprises (2018-2023r) emphasizes the importance of information technology and its uses by SME's as a strategy for increased productivity and competitiveness. Also this document highlights the great support from the Government of Macedonia for the reforms in the IT sector, as well as support for the companies that promote the use of new advanced information technologies.

In this paper will be present a survey on the use of IT by small and medium-sized companies in Macedonia with a special accent on the Pelagonia region. Within this research, a survey was sent to 100 small and medium-sized companies via e-mail. Also, the companies covered by this survey were from different business sectors.

[3] National Strategy for SMEs, Ministry of Economy of the Republic of Macedonia, 2017

[4] Pollard, D. (2006): Promoting Learning Transfer. Developing SME Marketing Knowledge in the Dnipropetrovsk Oblast, Ukraine.

The companies that responded to the survey were from the following sectors:

- Manufacturing-18,33%
- Construction-1,42%
- Wholesale and retail trade-23,96%
- Accommodation and food service activities-7,06%
- Information and communication-1,43%
- Other (medical services, cosmetic and hairdressing services, agriculture, farms, etc.)-47,8%

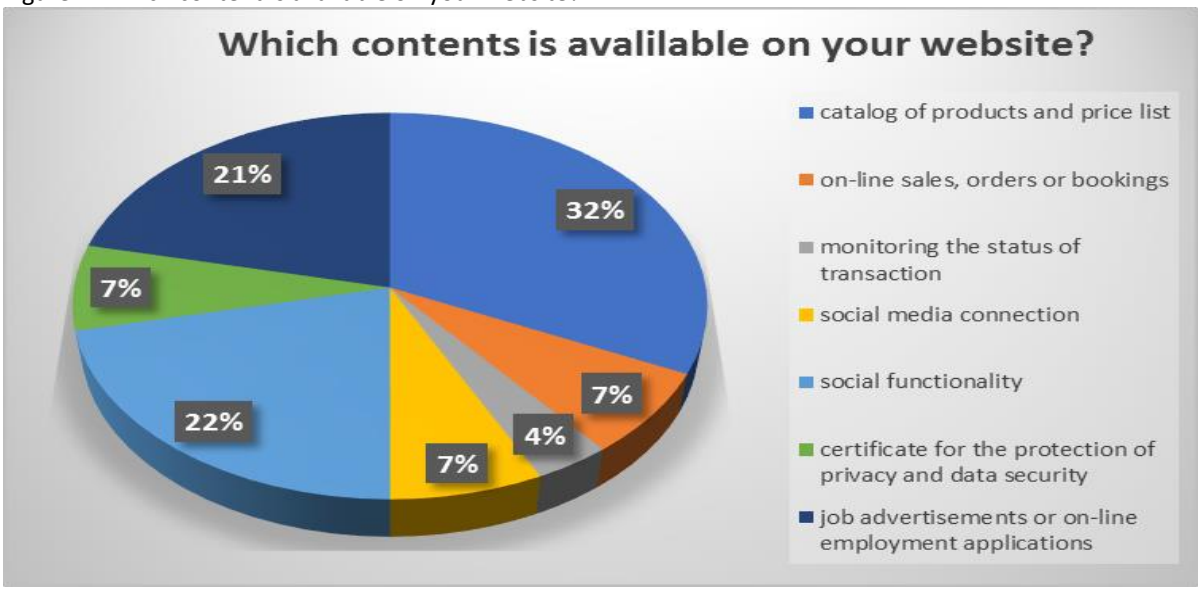
Due to the limited size of this paper, will be presented only the questions that are of exceptional importance for this research.

In today's economic conditions, it is elementary for each company to have its own website. This is due to a large number of reasons and some of the reasons are:[5]

- Your customers expect it-Six out of ten consumers expect brands to provide online content about their business on some form of digital property
- It provides social proof-Ninety percent of consumers claim that online reviews influence their buying decisions.
- You control the narrative-It's true that you cannot control what others say about you on social media channels, but you can influence public perception by creating your own story via a business website
- Your competitors all have company websites-If you're not staying competitive with your competition, you're giving shoppers a reason to buy from another brand
- You'll show up in Google search results-81 percent of consumers perform online research before making a purchase

Similar to this fact, also the most of the Macedonian small and medium sized companies have own website. According to our research 76% of Macedonian SME's have their own website, which is relatively big number of companies. But is very interesting which contents the companies offer on their website. The answers on this question is presented on Figure 1.

Figure 1. Which content is available on your website?



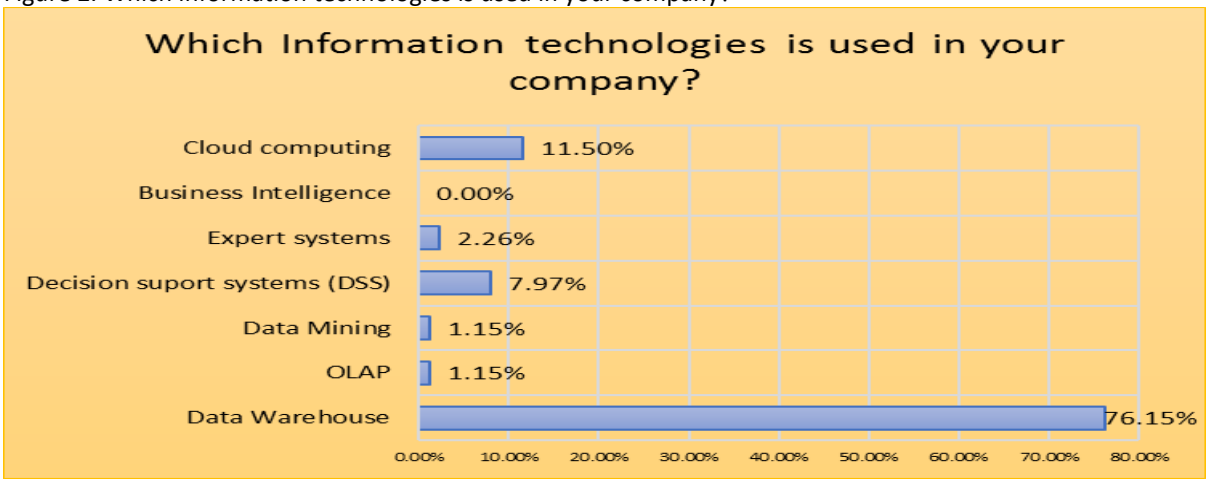
[5] M. Hendrickson, 10 Reasons Why Your Small Business Needs a Website, https://blogs.constantcontact.com/small-business-website/

According to results presented on Figure 1, most of the companies use their website for present their products and price list (32%), offer social functionality (22%) and job advertisement or on-line application for employments (21%). This result is logical because of nature of sector where companies works.

Regarding whether companies use any information technology, 100% of companies responded that they use information technology. This fact corresponds to today's environment in which companies operate where information technology has great impact in all aspect of society. It can be concluded that the use of information technology today represents base for competitiveness of any company, whether small or large.

The results of the survey on the question: "Which information technologies is used in your company?", are presented in the following figure.

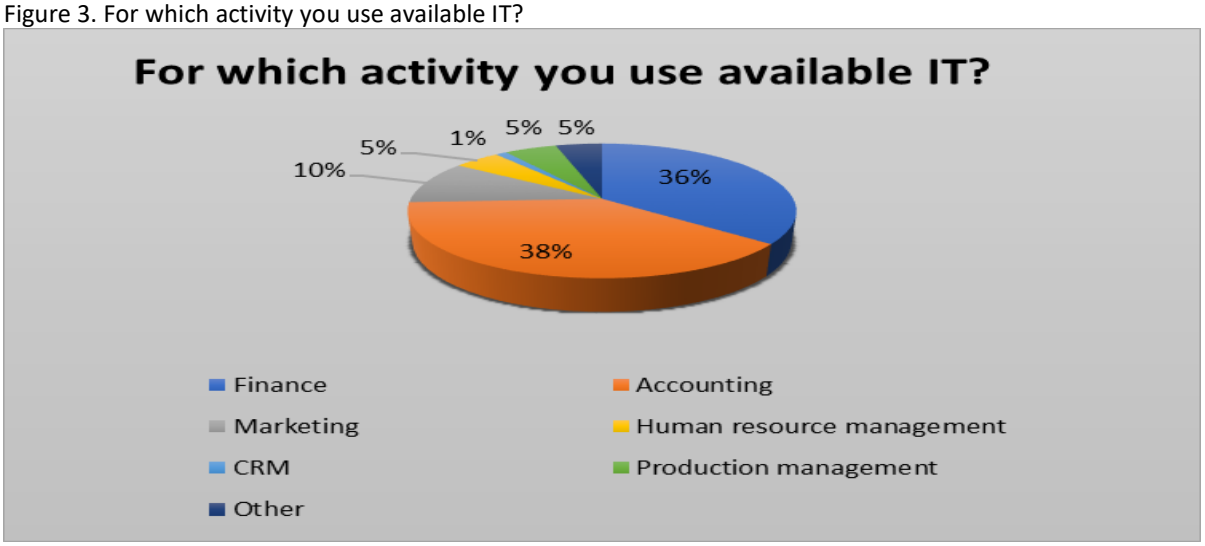
Figure 2. Which information technologies is used in your company?



From Figure 2 it can be seen that most of the companies use a software solution for a data warehouse, but it is also interesting that a significant number of small and medium-sized companies use a cloud services. Given that cloud, computing is a relatively new information technology, it is encouraging the fact that some of the Macedonian companies use a cloud services. Also interesting is the fact that companies don't uses business intelligence software. The reasons for this may vary, but small and medium-sized companies in Macedonia probably believe that it is relatively expensive software solutions. Although the market already has a number of business, intelligence software tailored for the needs of small and medium-sized companies.

The next question concerns on activities for which companies use the available information technology. The results can be seen in Figure 3.

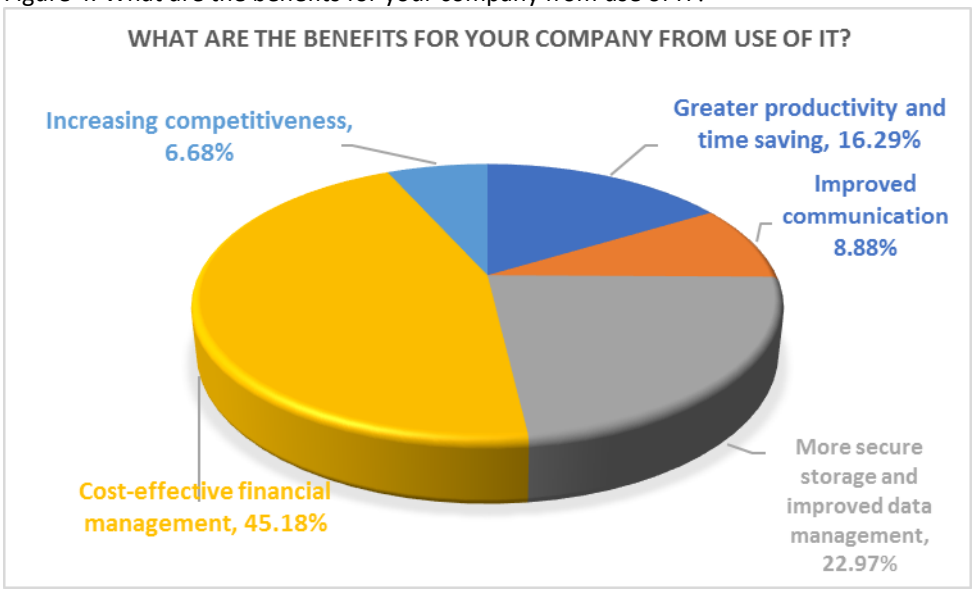
Figure 3. For which activity you use available IT?



The results suggest that most companies use available information technology to manage finance and for accounting operations. If you take the cumulative of these two functions, as many as 74% of companies use their IT infrastructure for financial and accounting activities. The rest of the companies use the available information technology in areas such as marketing, human resources management, CRM, production management, etc.

The use of IT by small and medium-sized companies allows a large number of benefits that improve their operations, increases productivity, improves their competitiveness, increases the privacy and security of their data, etc. Exactly with this field is relates next question from the research. Results are presented in the following figure. The companies answer of this question are given on Figure 4.

Figure 4. What are the benefits for your company from use of IT?

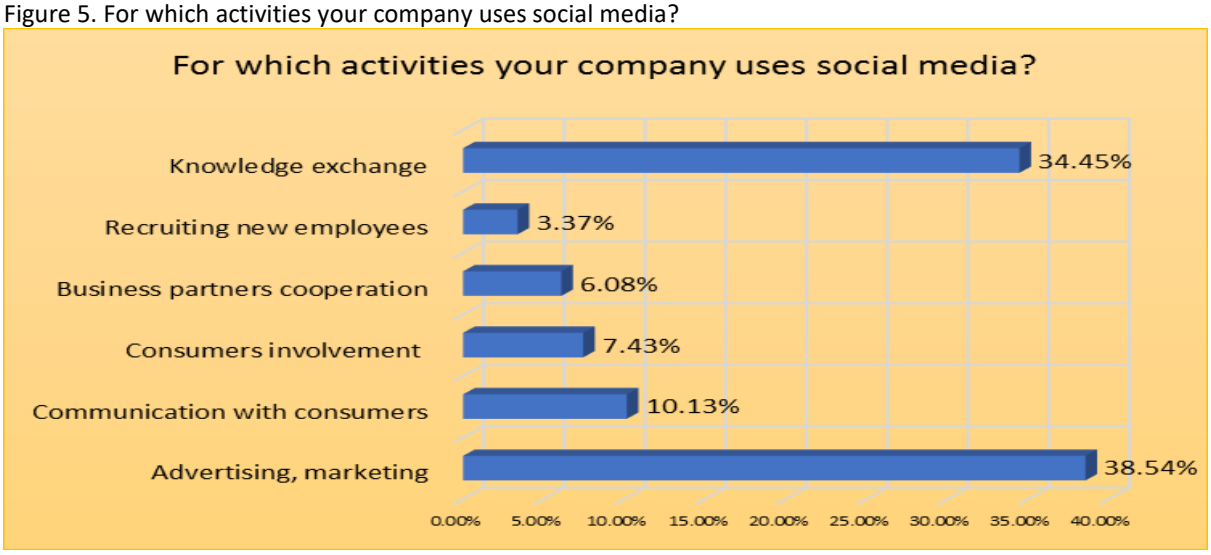


The companies believe that the greatest benefit of using IT is improved financial management of the company. This opinion is shared by 45.18% of companies. This corresponds with company responses to the previous question, where companies responded that available information technology most often is used for financial and accounting transactions. But also, a large number of companies think that the advantages offered by IT implementation in their operations are more secure storage and improved data management with almost 23% and greater productivity and time saving with 16%.

In today's environment, the social media has a great influence on all spheres of social life, as well as on the business. “Many organizations active on the social networking scene have direct links from their corporate websites to their social networking sites like Facebook, LinkedIn, Instagram, Youtube and Twitter, and use these social media sites to promote brands and support the creation of brand communities”.[6] Due to this fact, in this paper will be present the situation regarding the use of social media by the small and medium-sized companies in Macedonia. The results are presented in Figure 5.

[6] Kaplan, A.M. & Haenlein, M., 2010. Users of the world, Unite! The challenges and opportunities of Social Media. Science Direct, 53, pp.59-68.

Figure 5. For which activities your company uses social media?



According to the research most of the companies use social media for advertising and marketing, or 38.54% of companies. Also, a significant number of companies uses social media for knowledge exchange or 34.45% of them. A very small number of companies, or only 3.37% use social media for recruiting new employees which is very different from developed European countries. The reason for this situation can be Macedonian labour market where we have many distortions and disproportionality. Because of that many companies looking a different way of recruitment of employees than through social medias.

4. Conclusion

From the presented facts in the paper it can be concluded that SMEs are a driving factor for the Macedonian economy. On the other hand, information technology enables small and medium-sized companies to become competitive on the domestic and global market. From the research presented in this paper, a strong penetration of information technology in small and medium-sized companies can be noticed. However, despite the increased use of IT by SMEs, although information technology is percived as critical in creating employment and job opportunities, compared to other countries in the region, they lag behind their counterparts.

According to the results of the survey, a positive trend is that most of the SMEs already use some kind of software solution in their operations, although they still mostly use some traditional software such as software for finance and accounting. Encouraging is the fact that some of the small and medium-sized companies already use certain cloud solutions, which is quite a positive and world trend. Also, companies already recognize the benefits that they would gain by applying advanced information technologies, such as cost-effective financial management, increased productivity, increased competitiveness, improved data management, etc. All these benefits will enable increased growth and development of small and medium-sized companies and thus of the overall economy of Macedonia.

Small and medium-sized companies in Macedonia should insist on the adoption of new information technologies because they will enable them greater competitiveness, growth and development of companies. Therefore, the Government of Macedonia should create an environment that will stimulate the application of IT and provide support to small and medium-sized companies in their aggressive implementation of information technology in their operations.

References:

Baltzan, P. (2014). Business Driven Information Systems. Fourth Edition, New York: McGrawHill/Irwin.

Carter, S, Jones-Evans, D.(2006).Enterprise and Small Business: Principles, Practice and Policy (2nd ed.).Harlow: Prentice Hall

European Commission (2015). User Guide to the SME Definition. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Accessed on: 01.08.2016, URL: http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/15582/attachments/1/translations/en/renditions/pdf

Herr H., Nettekoven Z. M. (2017), The role of small and medium –sized enterprises in development, Fridrih Ebert Stiftung

Hendrickson M., 10 Reasons Why Your Small Business Needs a Website, https://blogs.constantcontact.com/small-business-website/

Kaplan, A.M. & Haenlein, M., (2010). Users of the world, Unite! The challenges and opportunities of Social Media. Science Direct,

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2012). Management Information Systems: Managing the Digital Firm. Twelfth Edition, New Jersey: Prentice Hall.

Leite, MP, Ferreira, A.(2011).SMEs and e-Business: Implementation, Strategies and Policy.Ebusiness managerial Aspects: solutions and case studies (Ed. Cruz-Cunha and Varajâo).Business Science Reference.IGI Global

Mardikyan S. (2010), Analyzing the usage of IT in SMEs, IBIMA Publishing,

National Strategy for SMEs, Ministry of Economy of the Republic of Macedonia, 2017

Pearlson, K. E., & Saunders, C. S. (2013). Managing and Using Information Systems: A Systematic Approach, Fifth Edition. US: John Wiley & Sons.

Pollard, D. (2006): Promoting Learning Transfer. Developing SME Marketing Knowledge in the Dnipropetrovsk Oblast, Ukraine.

Shiel, H. et al. (2003). Understanding the implications of ICT adoption: Insights from SMEs. Logistics information management, vol. 16 (5),

Winston, E.R. and Dologite, D. (2002) “How Does Attribute Impact IT Implementation: A Study of Small Business Owners”, Journal of End User Computing, Volume 14, Number 2

Relationship Between Corruption and Poverty: The Case of Western Balkan Countries

Emi Malaj[1]

[1]PhD candidate, University of Tirana, Albania, emi.malaj@univlora.edu.al

Abstract: Poverty can be defined as absolute, when individuals cannot procure sufficient nutritional resources in order to obtain a reasonable level of health, and relative, when the level of family or personal income is below a fixed governmental standard that can vary between countries. Poverty is a problem that may include social, economic and political elements. On the other hand, corruption can be defined as a form of misconduct committed by an individual who holds an authority position in order to obtain personal profits. Past empirical studies have shown a negative correlation between corruption and economic growth; countries with lower corruption experience more economic growth. Higher levels of corruption are associated to a higher income inequality and also increase the number of people above the poverty line. Corruption inhibits foreign direct investments, compromise the quality of public services and infrastructure, and reduce tax revenues.

The main objective of this work is the investigation of the causal relationship between poverty and corruption in Western Balkan (WB) countries through dynamic panel system GMM estimators. The econometric model is estimated on a sample of six WB countries during 2009-2017 and includes some new experimental explanators. According to the empirical results, poverty and social inequalities in the region encourage corruption and vice versa.

Keywords: 3 to 5 keywords should be provided.

Introduction

Corruption can be considered as a criminal activity committed by an individual or organization holding an authority position in order often to obtain illicit profits. The corruption phenomena is most common in developing and less developed countries, directly and indirectly governed by authoritarians, kleptocrats, oligarchs or criminals. Transparency International (TI) defines corruption as the abuse of entrusted power for private gain. It can be classified as grand, petty and political, depending on the amounts of money lost and the sector where it occurs. Grand corruption consists of acts committed at a high level of government that distort policies or the central functioning of the state, enabling leaders to benefit at the expense of the public good. Petty corruption refers to everyday abuse of entrusted power by low- and mid-level public officials in their interactions with ordinary citizens, who often are trying to access basic goods or services in places like hospitals, schools, police departments and other agencies. Political corruption is a manipulation of policies, institutions and rules of procedure in the allocation of resources and financing by political decision makers, who abuse their position to sustain their power, status and wealth.

On the other hand, poverty is defined as the scarcity of a specific amount of money or material possessions. Poverty is a complex phenomena which can include economic, politic and social elements. According to the World Bank, extreme poverty includes individuals living on less than US$1.90 per day (PPP), while the corresponding amount for moderate poverty is $3.10 per day. The United Nations (UN) considers two definitions for poverty: absolute and overall. Absolute poverty is a condition characterised by severe deprivation of basic human needs, including food, safe drinking water, sanitation facilities, health, shelter, education and information. It depends not only on income but also on access to services. According to UN, overall poverty takes may include: lack of income and productive resources to ensure sustainable livelihoods; hunger and malnutrition; ill health; limited or lack of access to education and other basic services; increased morbidity and mortality from illness; homelessness and inadequate housing; unsafe environments and social discrimination and exclusion. It is also characterised by lack of participation in decision making and in civil, social and cultural life. It occurs in all countries: as mass poverty in many developing countries, pockets of poverty amid wealth in developed countries, loss of livelihoods as a result of economic recession, sudden poverty as a result of disaster or conflict, the poverty of low-wage workers, and the utter destitution of people who fall outside family support systems, social institutions and safety nets.

Many authors have shown the negative correlation between corruption and poverty. Higher levels of corruption lead to a higher income inequality and also increase the number of people above the poverty line. The main objective of this work is the analysis of the causal relationship between poverty and corruption in Western Balkan (WB) countries through dynamic panel system GMM estimators. In section 2 we give a general

overview of past theoretical and empirical works regarding the relationship between poverty and corruption. In section 3 we estimate a particular econometric model for WB countries including classic and original independent variables. Section 4 reports the concluding remarks.

1. Literature review

The inverse relationship between corruption and economic growth has been confirmed in numerous empirical works. Countries with lower corruption experience more economic growth. Corruption inhibits foreign direct investments, compromise the quality of public services and infrastructure, and reduce tax revenues. According to Rose-Ackerman (1978), the opportunities for corruption remain high if bureaucrats and legislators can collude on a common strategy, despite an institutionalized system of checks and balances. The author claimed that it is necessary to endow politicians with a more complicated preference structure than that assumed by standard votemaximization theory while retaining a level of rigor often lacking in pluralistic accounts. Politicians are not assumed to be merely vote maximizers, but they are not ideologists either. While they do not care about ideas or policies per se, they do care about their personal incomes.

Gupta, Davoodi, and Alonso-Terme (1998) estimated a cross-national regression for 56 countries to analyze the ways that corruption could negatively impact income distribution and poverty. The authors concluded that income inequality is harmful to growth, so if corruption increases income inequality, it will also reduce growth and thereby exacerbate poverty; evasion and poor administration favoring the well connected can reduce the tax base and progressivity of the tax system, increasing income inequality; extending benefits to well-to-do income groups or siphoning from poverty alleviation programs will diminish their impact on poverty and inequality. According to the authors, the impact of corruption on income distribution is in part a function of government involvement in allocating and financing scarce goods and services. You and Khagram (2005) argued that income inequality increases the level of corruption through material and normative mechanisms. The wealthy have both greater motivation and more opportunity to engage in corruption, whereas the poor are more vulnerable to extortion and less able to monitor and hold the rich and powerful accountable as inequality increases. Inequality also adversely affects social norms about corruption and people's beliefs about the legitimacy of rules and institutions, thereby making it easier for them to tolerate corruption as acceptable behavior. The authors considered 129 countries using two-stage least squares methods with instrumental variables and found a significant interaction effect between inequality and democracy, as well as evidence that inequality affects norms and perceptions about corruption. Because corruption also contributes to income inequality, societies often fall into vicious circles of inequality and corruption.

N'zue and N'guessan (2006) studied the links between corruption, poverty and growth, based on the notion of causality in the context of panel data, in a panel of 18 African countries for the 1996-2001 time periods. The authors found that poverty causes growth but not the other way around, so the past information of the state of human development help improve prediction on growth; the state of growth causes corruption and inequality; corruption causes inequality; corruption and poverty together cause growth; poverty and growth together cause corruption; inequality together with growth cause corruption. Dincer and Gunalp (2008) analyzed the effects of corruption on income inequality and poverty. The authors used an objective measure of corruption: the number of public officials convicted in a state for crimes related to corruption. They found robust evidence that an increase in corruption increases income inequality and poverty. Gundlacha and Paldam (2009) used prehistoric measures of biogeography as instruments for modern income levels. They concluded that instrumented incomes explain the cross-country pattern of corruption just as well as actual incomes, so the long-run causality appears to be entirely from income to corruption. García-Peñalosa and Ypersele (2009) examined how the interaction between education and corruption affects institutional reform and economic development. The author found that corruption reduces average income and education, whereas education increases not only output and hence potential corruption rents, but also produces more informed electorates that better monitor government actions. The authors also concluded that economies with intermediate levels of education remain in a poverty trap since the level of skills creates sufficient corruption rents but not enough monitoring; economies with low or high levels of education can escape the poverty trap, and inequality plays a key role in determining whether this occurs through a change in institutions or an expansion of education.

Justesen and Bjørnskov (2014) claimed that poor people are more likely to be victims of corrupt behavior by street-level bureaucrats as the poor often rely heavily on services provided by governments. The authors estimated multilevel regressions across 18 countries showing that poor people are much more prone to experience having to pay bribes to government officials. Daoud (2015) included corruption indicators to test

the relative importance of corruption and governance for combating child poverty. The author combined macro and micro data with multilevel statistical models to achieve this task. A key finding of this study is that governance has more explanatory power than corruption. Tshabangu (2018) discussed interrelationships between child poverty and educational inequalities using an analytic review of survey data and literature on contemporary contexts in Sub-Saharan Africa, focusing on establishing understanding on child poverty and its impacts on children's education and well being. The paper has been able to ascertain poverty indices affecting children; inadequate education investment levels; educational inequalities and how these have negatively impacted childhood education and development. The author concluded that child poverty and educational inequalities continue to exist despite rising education investments in some countries. The paper posits strategies that developing nations may apply to improve childhood experiences and harness human capital, despite challenging levels of poverty. Azeez (2018) analyzed the incidences of corruption and poverty through a Simple Discriminant Analysis concluding that the rising incidences of militancy and insurgency against the state are not unconnected to democratically induced poverty and public sector corruption in African countries.

2. Empirical analysis

Anderson and Hsiao (1981) were the first authors to describe a solution through instrumental variables (IV) estimation. This estimator is asymptotically inefficient because its asymptotic variance is higher than the Arellano–Bond estimator, which was based on the generalized method of moments estimation. Arellano and Bond (1991) discussed the estimation of dynamic panel data models by the generalized method of moments. The authors considered some specific estimators that exploit optimally all the linear moment restrictions that follow from particular specifications, and are extended to cover the case of unbalanced panel data. This study was focused on models with predetermined but not strictly exogenous explanatory variables in which identification results from lack of serial correlation in the errors. A test of serial correlation based on the GMM residuals was proposed and compared with Sargan tests of over-identifying restrictions and Hausman specification tests. The authors performed a Monte Carlo simulation for 100 units, seven time-periods and two parameters in order to study the practical performance of these procedures. Results indicated negligible finite sample biases in the GMM estimators; the distributions of the serial-correlation tests were well-approximated by their asymptotic counterparts. The authors estimated employment equations using an unbalanced panel of 140 quoted companies for the period 1979-1984. The GMM estimators and the serial correlation tests performed well in this application.

We consider in this section an empirical model in order to investigate the Granger causal relationship between corruption and poverty through dynamic panel system GMM estimators (Negin, Rashid and Nikopour, 2010). The theoretical model is:

$$y_{it} = \alpha + \sum \delta_j y_{i,t-j} + \sum \beta_l x_{i,t-l} + \sum \gamma_k z_{i,t-k} + u_{it}$$

The causality-based variables x and y are corruption and poverty. Variables z are used as mediators between corruption and poverty including rural population, political freedom, inflation, stability and gender. The main feature of dynamic panel data models is the inclusion of lagged levels of the dependent variable as explanators. The inclusion of a lagged dependent variable as an explanator violates exogeneity, due to the correlation between the lagged dependent variable is with the idiosyncratic error.

The Corruption Perceptions Index (CPI) was sourced from TI. The index ranks 180 countries and territories by their perceived levels of public sector corruption according to experts and businesspeople, uses a scale of 0 to 100, where 0 is highly corrupt and 100 is very clean. The Human Poverty Index (HPI) is an indication of the standard of living in a country and it was developed by the United Nations (UN) in order to complement the Human Development Index (HDI). The Political Freedom and Stability indicator is based on Kaufmann, Kraay and Mastruzzi (2008). The indicators are based on hundreds of specific and disaggregated individual variables measuring various dimensions of governance, taken from 35 data sources provided by 32 different organizations. Kaufmann, Kraay and Mastruzzi (2008) covered 212 countries and territories and measured six dimensions of governance between 1996 and 2007: Voice and Accountability, Political Stability and Absence of Violence/Terrorism, Government Effectiveness, Regulatory Quality, Rule of Law, and Control of Corruption.

Dependent	model (1)	model (2)	model (3)	model (4)	model (5)
log(HPI)t					
log(HPI)t-1	0,785***	0,964***	0,938***	0,903***	0,924***
log(CPI)t-2	0,005	-0,069***	-0,115***	-0,065***	-0,183***
log(CPI)t-1	0,029	0,093	0,029	-0,064	0,014
log(CPI)t-2	0,047*	0,061	0,028	0,025	0,026
log(CPI)t-3	0,289***	0,247***	0,266***	0,264***	0,257***
log(CPI)t-4	-0,106***	-0,0735**	-0,046***	-0,017***	-0,084
log(rural)t		0,274***	0,293***	0,278***	0,213***
log(gender)t			-0,146***	-0,143***	-0,285***
log(inflation)t-2				0,064***	0,037***
log(political_freedom)t					-0,027***
AR(1) (p-value)	0	0	0	0	0
AR(2) (p-value)	0.155	0.128	0.135	0.257	0186
Sargan test (p-value)	0.224	0.305	0.357	0.315	0.291
Wald test	280.2	180.6	120.4	170.1	87.9

Table 1 shows the empirical results of five different specifications of the poverty equation, where the main explanator is corruption, following the logic of Negin, Rashid and Nikopour (2010). We include in our analysis the six WB countries (Albania, Macedonia, Montenegro, Serbia, Bosnia and Herzegovina and Kosovo) for the time period 2009-2017. We do not consider any control variable in the first equation, whereas in the second equation we use rural population as a control variable. In the third equation we use gender variable and rural population as control variables, whereas in the fourth equation we also use the inflation variable. In the fifth equation we add the indicator of political freedom and stability as a control variable. Results indicate a relatively high explanatory power of the poverty equation. We use the AR(1) and AR(2) statistics in order to determine the optimal lag. We observe a statistically significant relationship among poverty and corruption in our equations. The rural population variable is statistically significant at 1% level and positive in the respective equations. The gender variable is also significant at 1% level in the third, fourth and fifth equation. We confirm the significativity of lagged inflation and political freedom and stability variables at 1% level. According to the Wald test results, corruption is causes poverty at 1% level so we can use corruption in order to predict poverty.

3. Concluding remarks

The objective of this work is the analysis of the causal relationship between poverty and corruption in WB countries. The majority of empirical studies have shown a negative correlation between corruption and economic growth; countries with lower corruption experience more economic growth. Higher levels of corruption are related to a higher social and economic inequality and also to a higher number of people above the poverty line. Corruption inhibits foreign direct investments, compromise the quality of public services and infrastructure, and reduce tax revenues.

We estimated five different equations through dynamic panel system GMM estimators for six WB countries during the time period 2009-2017. We considered some traditional and new variables including rural population, political freedom, inflation, stability and gender. The most important feature of dynamic panel data models is the inclusion of lagged levels of the dependent variable as explanators. Results indicated a relatively high explanatory power of the considered equations. The considered explanators were statistically significant in each equation. The estimated Wald tests confirmed the statistically significant relationship among corruption and poverty.

References

Ackerman, S. R. (1978). Corruption: A study in political economy. New York: Academic Press.

Anderson, T. W., & Hsiao, C. (1981). Estimation of dynamic models with error components. Journal of the American statistical Association, 76(375), 598-606.

Arellano, M., & Bond, S. (1991). Some tests of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations. The review of economic studies, 58(2), 277-297.

Daoud, D., Douadi, T., Hamani, H., Chafaa, S., & Al-Noaimi, M. (2015). Corrosion inhibition of mild steel by two new S-heterocyclic compounds in 1 M HCl: experimental and computational study. Corrosion Science, 94, 21-37.

Dincer, O. C., & Gunalp, B. (2008). Corruption, income inequality, and poverty in the United States. Working Papers 2008.54, Fondazione Eni Enrico Mattei.

Eicher, T., García-Peñalosa, C., & Van Ypersele, T. (2009). Education, corruption, and the distribution of income. Journal of Economic Growth, 14(3), 205-231.

Gundlach, E., & Paldam, M. (2009). The transition of corruption: From poverty to honesty. Economics Letters, 103(3), 146-148.

Gupta, S., Davoodi, H., & Alonso-Terme, R. (1998). Does corruption affect inequality and poverty. Washington DC: IMF working paper. WP/98/76.

Jong-Sung, Y., & Khagram, S. (2005). A comparative study of inequality and corruption. American sociological review, 70(1), 136-157.

Justesen, M. K., & Bjørnskov, C. (2014). Exploiting the poor: Bureaucratic corruption and poverty in Africa. World Development, 58, 106-115.

Kaufmann, D., Kraay, A., & Mastruzzi, M. (2009). Governance matters VIII: Aggregate and individual governance indicators 1996-2008. The World Bank.

Negin, V., Abd Rashid, Z., & Nikopour, H. (2010). The causal relationship between corruption and poverty: A panel data analysis. University Library of Munich, Germany, MPRA Paper.

N'Zue, F. F., & N'Guessan, C. J. F. (2005). Causality between corruption, poverty and growth: a panel data analysis. Cahiers du SISERA/Secrétariat d'appui institutionnel pour la recherche économique en Afrique; 2006/1.

Oyediran, K. A., & Isiugo-Abanihe, U. C. (2005). Perceptions of Nigerian women on domestic violence: Evidence from 2003 Nigeria Demographic and Health Survey. African journal of reproductive health, 38-53.

Tshabangu, I. (2018). The intersectionality of educational inequalities and child poverty in Africa: a deconstruction. Educational Research for Policy and Practice, 17(1), 69-82.

Concepts Of The Accounting Basis Of Government Accounting

Igor Zdravkoski PhD[1]

[1]Faculty of Economics – Prilep, University "St.Kliment Ohridski" – Bitola, Republic of Macedonia,

igorzdravkoski@gmail.com

Abstract: The role of accounting and financial reporting are a key factor that determines many decisions that are taken on a daily or short term basis.

Today, in complex and modern conditions of market and capital action we must not think without having certain financial indicators at all. There is special significance of the state financial reporting no matter of the method of calculation that is used.

Here, I emphasize the importance of setting the goals that will determine the accounting basis and the future accounting policies of the state - government and governmental organizations. The provision of useful satisfying information is the main purpose determined by the accounting information system. Determining users of such information and the possibility of comparing financial statements is also an important goal. The selection of data shown in the balance sheets of financial and non-financial character becomes very important for government units that work for general purposes.

Namely, the quality of government financial reporting is also reflected in the correctness of the decisions of the managers.

As a matter of fact, based on the data and information in the financial statements, plans for the future development of the organization or unit are created.

In fact, government financial reporting may use a cash basis for accounting and may be presented as a financial reporting on an accrual basis, or an accounting for an occurrence. The same bases are used both as a modified cash basis and a modified accrual basis. Acceptance of a modified cash basis is most often associated with additional disclosure. The application of a specific period is usually the reason for its use. While a modified accrual basis is most often associated with the acceptance or non-acceptance of certain types of assets or sources of funds.

Keywords: state - government, financial reporting, basis for calculation.

Introduction

The financial reporting covers a wide range of information regardless of the accepted accounting basis by the entity. State (government) financial reporting is the main leverage that supports the realization of objectives in the performance of tasks. The qualitative characteristics, the ability for alternative solutions, the determination of clear and correct guidelines in the work are the basis for selecting the accounting concept. Consequently, the choice of the basis is whether the used or accepted accounting basis fits into the entity's accounting policies to be applied or rejected.

In fact, users have a great need to know the results, to monitor financial and non-financial information, which means they need to ensure that the financial indicators in the financial statements are correctly, completely and accurately transferred to them. The specifics of the state-public sector require additional forms of reporting that are usually customary in the private sector - the business sector is not needed.

Naturally, the challenge and the possibility of measuring the consequences of the decisions of the government and the state sector should be emphasized. It is also necessary to emphasize the unification of the framework for the preparation and presentation of financial statements as well as the implementation of international public sector accounting standards. This set of standards has a particular focus on financial reporting in the public sector.

Namely, the International Public Sector Accounting Standards are intended to co-ordinate financial reporting on cash basis and financial reporting on an accrual basis.

The cash basis recognizes cash and almost cash.

However, the accounting basis recognizes transactions and events when they occur.

In fact, the accounting base requires the recognition of all assets that are in accordance with the generally accepted definition of assets.

1.Financial Reporting On A Cash Basis And Modified Cash Basis

Cash-based financial reporting encompasses accounting on a cash basis and a modified cash basis.

Namely, it measures the overall financial result for a certain period as the difference between cash receipts and cash issuances and an appropriate accounting policy is formed. This basis recognizes transactions and events where cash is fully received or paid.

In fact, any change in cash assets that may arise as a result of a movement in exchange differences (profits or losses) needs to be specifically disclosed. Of course, the report should emphasize the course, the conditions, the method of valuing the cash equivalents, and so on. Also, if it comes to gold and gold components, they should be set out in a separate report. The preparation of the financial statements of the Government is done on a cash basis. Transaction records are made only when the money is received and paid during the given period. Cash receipt is a cash flow in full for which a record is made. All entities that use this basis recognize all means that are received. These incomes include all income from exchange transactions, all assets from non-reciprocal transactions, other financial inflows, capital contributions, customs revenues, and others.

Namely, cash records are recognized by keeping records based on cash basis, such as cash on hand, cash in transit and deposited cash. Cash payment is considered when cash is paid, regardless of type. They are classified as current payments and capital payments. Cash payments can be classified as current or capital and include: payments related to reciprocal transactions, payments related to non-reciprocal transactions, financial outflows, and customs payments, etc. Financial reporting is practiced through financial statements that are primarily highlighted in the cash flow statement. But when making a group of reports according to a unit where each is a part of the government, consolidated reports are prepared.

According to International Accounting Standard 7, "Cash Flow Information helps users of financial statements in providing basics to assess the organization's ability to realize cash and cash equivalents and the need to use those cash flows."

They also show the cash needed to finance the activities of the Government, taxes collected for a certain period, and so on.

While cash-based financial statements show an assessment of the statutory budgets with contractual requirements. This information is useful for lawmakers who can perceive government responsibility and spending as compared to needs.

Namely, "cash includes, as the authors Wilde, Shaw and Chiappetta emphasize: banknotes and coins together with the amounts in deposits in bank accounts, check accounts and many savings accounts, treasury bills, recognized checks and cash receipts. Cash equivalents are short-term highly liquid investments assets that meet two criteria (1) are immediately convertible into a known cash amount; and (2) are very close to their maturity date, so their market value is not sensitive to changes in interest rates and. "

1.1.Characteristics Of Modified Cash Basis

The modified cash basis is to overcome some difficulties with the cash basis. This basis refers to the recognition of certain income and payments during the specific period.

Although the acceptance of the modified cash basis and additional disclosure are usually interconnected and go together, here the focus is placed on modifications to the cash basis, especially the application of the specific period. This, specific period, is most often established with a government resolution and applies to all government entities that use this basis. Usually the length of that period is about a month.

Due to the differences and problems that arise around this period, the practice proposes the following:

- ★ The specific period to be applied consistently from year to year,
- ★ The specific period to be equal for both payments and payments,
- ★ To have the same criterion for recognizing income and payments during the specific period that will apply to all receipts and payments,
- ★ One month is a suitable specific period (for purchases of goods purchased on credit), if it is longer than the period may make the preparation of the report more difficult, and

★ The accounting policy used should be fully disclosed.

The basic criterion by which payouts are recognized during the specific period is that they must have occurred in the previous period. Some governments believe that all incomes during the specific period have occurred after a previous period, and other governments recognize only a portion of these incomes.

The following types of income during the specific period should generally be recognized as income from the previous reporting period, and they are:

★ Tax incomes where the tax return is based on certain payments from the previous period,

★ Receipts from sales of goods and services where the invoice is billed at the end of the previous reporting period,

★ Grants, contributions and grants received at the end of the previous reporting period,

★ Interest receivables, where the interest rates were realized in the previous reporting period,

★ Receipts from sales of goods where the transaction is completed and payments were made at the end of the previous reporting period,

★ Loans made by the Government to be recovered in a specific period,

★ Loans where the loan agreement is compiled before the end of the previous reporting period,

★ Other incomes made at the end of the previous reporting period.

"Recognition and valorization of economic transactions is only possible when they occur, that is, they will occur. More specifically, not only when they occur, but also when transactions will cause new conditions, sizes and effects that need to be recorded in the business books, stressed by the author Zdravkoski. "

2.Accounting On An Accrual Basis And Financial Statements

It is common knowledge that accountants record the largest number of transactions in the diary and the general ledger.

Namely, each transaction in its part causes some movement.

In fact, there are certain - changes - that accountants recognize only at the end of the accounting period.

Therefore, we face the difference between each other and the transaction where we get the term - explicit and implicit transactions -. These, explicit transactions are visible events, for example, payment of cash, purchase and sale, receipt of cash, etc. The occurrence of a particular economic event is also a proper book-entry. This entry must be followed and verified with an appropriate original document. Contrary to explicit transactions there are implicit transactions. These are events that are not confirmed with original documents and do not have a certain visible record. All this is done because until the end of the accounting period these transactions are not recorded and no reporting is received. Which means that they are not recognized until the end of the accounting period.

Namely, such events are defined in separate books and in the preparation of the financial statements their financial effect is determined. These distinctions represent the essence of accounting on an accrual basis.

In fact, the accounting basis implies the accumulation of claims (assets) or liabilities for payment of (various liabilities) over a given period.

In addition, to accumulating claims and liabilities for payments in the balance sheet, appropriate income or expense in the income statement should also be recognized. This confirms that each distinction causes a certain change (impact) both on the balance sheet and on the profit and loss account.

Namely, the derogations aim to ensure and confirm the recording of all accounts of assets, liabilities and equity, as well as their presentation in the financial statements. Implicit transactions can be divided into four groups: 1) acquisition of unnecessary expenses, 2) earning revenues that are pre-paid, 3) delineation of unregistered expenditures, and 4) separation of unregistered revenues.

Figure 2. Dual Roles of Governmental Financial Statements in Assessing[1]

	Operational Accountability	**Fiscal Accountability**
Statements	Government-wide financial statements (governmental and business-type activities) and those of proprietary funds and fiduciary funds	Governmental fund financial statements
Measurement focus	Flow of economic resources	Flow of current financial resources
Basis of accounting	Accrual basis (revenues and *expenses* are recognized when exchange of economic resources occurs or per GASB recognition rules for nonexchange transactions, such as taxes, contributions, and grants)	Modified accrual basis (revenues are recognized when resources are measurable and available for current spending; *expenditures* are recognized when an obligation to spend current financial resources is incurred)

2.1.Financial Reporting On An Accrual Basis

The financial reporting on an accrual basis consists of accounting on an accrual basis and a modified accrual basis.

Namely, accounting on an accrual basis recognizes transactions when they occur, and therefore it is also called accounting for an occurrence.

In fact, by keeping accounting on an accrual basis, the asset is fully covered. This means that the financial statements contain complete information on cash flows. This means that the cash flow statement is an integral part of the consolidated financial statements. It is also necessary to note that the accounting basis uses two methods of measurement.

The first way is according to past expenses, and the second is according to current costs. Of course, in the presentation of the information and the preparation of the financial statements, it is necessary to emphasize how they are presented. Recognition of assets on this basis is in accordance with the definition of assets (cash, fixed assets, receivables, etc.).

Here, the obligations that are determined at the end of the accounting period, which is usually one year, are also recognized, but may also be in shorter interval.

Namely, the reporting period includes salaries and other fees, lending and debts, transfers that are due for collection, and more. As I mentioned earlier, in the period of occurrence, certain transactions are distinguished, some of which represent the acquisition of funds, other use of funds, and third and fourth leads to the acquisition of obligations or payment of obligations.

From here, you can see the link between revenue and expenditure with the corresponding period.

3.Accounting Period Of Financial Reporting

The information in itself does not represent anything special. But their usefulness comes from the need for timely and accurate information among the interested users. Of course, making decisions by the government and the public sector would not be so much right if they do not have data and information.

Namely, the time period for which the financial statements are required should be determined, thus obtaining various accounting periods with the required information. But there may also be a need for interoperable reports. Once the events and transactions are recorded, a certain number of accounts needs to be adjusted before their amounts appear in the accounting statements.

In fact, this is done because internal transactions and events remain unregistered. Accounting uses an adjustment process on an accrual basis to recognize revenue when it is earned and expenses when incurred.

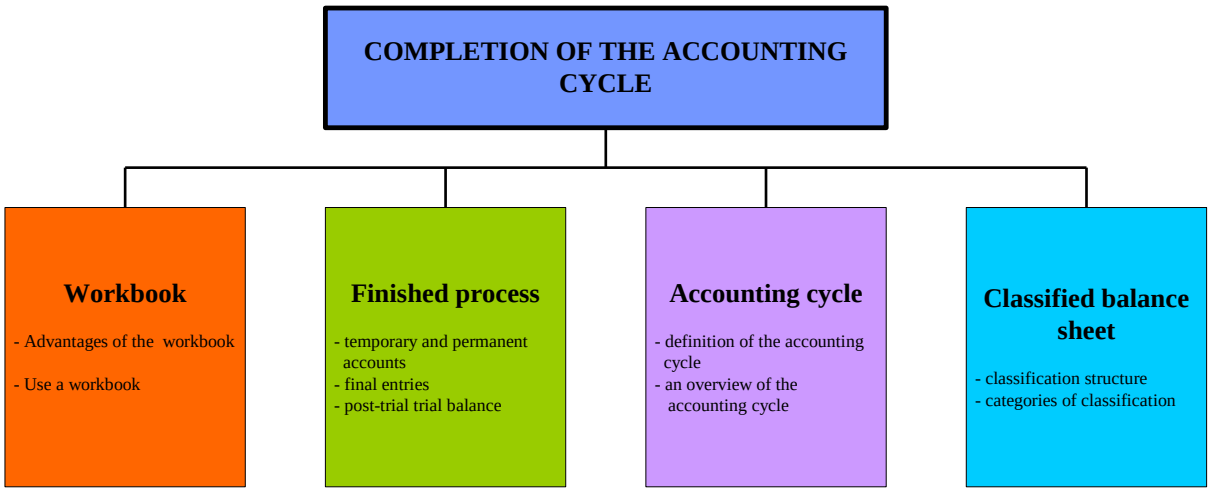
[1] Wilson, Reck , Kattelus. (2010). Accounting for Governmental and Nonprofit Entities, pp.11.

While cash accounting, it records revenue when cash is received, and also records expenses when cash is paid. But the method of this bookkeeping according to the accepted accounting standards is not complete.

Namely, accounting on an accrual basis better presents the balance of the balances of the accounts.

This concept of records better performs the comparability of financial statements between one and the other period. The process of adjusting the accounts intends to determine the account balance to its exact amount. These adjustments are made for transactions and events that span over multiple periods. Financial reporting and the selection of an appropriate concept of accounting records, just like in the private and business sectors, as well as in the government - public sector must be completed in order to realize the advantages that will enable the adoption of correct and correct decisions and solutions.

Figure 2. Completion of the accounting cycle[2]



Conclusion

First of all, it is necessary to emphasize the importance of the concept of cash basis as the principles on which this basis is based are easy to understand. Characteristic for accounting on a cash basis is that quality data are presented in a high quality. So, the information has a high degree of security and comparability. The method of presentation of cash-based information has clarity in payments and receipt of cash, making it more understandable.

In fact, the simplicity of the cash financial report requires lower costs in the provision of professionals, staff, the establishment of a budget accounting system, and so on.

Namely, the lack of records on a cash basis is that it does not provide information about the capital (assets). That is why some governments, in addition to cash financial reporting, create detailed reports with a large number of data on the available funds, how these funds are used, what shortage or excess they have, etc. While the modified cash basis perceives the current financial means, i.e. the size of the cash and almost cash in a specific period. This also means better control of the assets.

The financial statements come directly from the accounting information system of the company, state institutions, government units and others from the public sector. These reports provide useful information when assessing the company's financial performance. In this way, users have a wide range of information of financial and non-financial nature.

Namely, this is a much easier way of anticipating future work and making decisions. The concept of selecting an accounting basis is very important. Of course, the state financial reporting uses the cash basis, but with a tendency to transfer it to an accrual basis.

[2] Wild, Shaw, Chiappetta, Fundamental Accounting Principles, pp.136.

Accounting on an accrual basis adjusts certain accounts so that revenues can be recognized when they are earned, and also when expenses are incurred.

In fact, the adjustment aims to bring the balances of accounts up to their exact amount.

This means that government financial reporting gives users:

- ★ Recognizing the financial situation,
- ★ Recognizing the justifiability of assets in their use,
- ★ Assessment of the performance of the assigned tasks,
- ★ Assessment of the fulfillment of receivables,
- ★ Insight into changes in financial and non-financial activities.

Namely, accounting on an accrual basis enables measurement of the financial efficiency of the state whole, and also provides more transparent information on the work of the government and satisfaction of the needs of the citizens.

References

IASC, (1999). International Accounting Standards, (translate on Macedonian), Finansiski konsalting, DOO Skopje, Republic of Macedonia.

Minovski, Z. (2004), Accounting for Governmental and Nonprofit Entities, Faculty of Economics – Skopje, Republic of Macedonia.

Nikolovski, Pece N. (2017). International Accounting Standards, Macedonian Scientific Society – Bitola, Republic of Macedonia.

Romney, Marshall B., Steinbart, Paul John. (2000). Accounting Information Systems, 8th edition, Prentice Hall, New Jersey, USA.

Ruppel, W. (2005). Governmental Accounting (Made Easy), Wiley & Sons.Inc., USA.

Wild, John J., Shaw, Ken W., Chiappetta, Barbara. (2010). Fundamental Accounting Principles, 19th edition, (translate on Macedonian), Akademski pecat, Skopje, Republic of Macedonia.

Wilson, Earl R., Hay, Leon E., Kattelus, Susan C. (1999). Accounting for Governmental and Nonprofit Entities, 11th edition, Irwin/McGraw-Hill, USA.

Wilson, Earl R., Reck, Jacqueline L., Kattelus, Susan C. (2010). Accounting for Governmental and Nonprofit Entities, 15th edition, Irwin/McGraw-Hill, USA.

Zdravkoski, I. (2007). Standardization and application of the financial statements. Faculty of Economics – Prilep, Republic of Macedonia.

Critical Factors for Project Success With Reference to e-Government Projects

Marjan Angeleski[1] Slavica Rocheska[2] Dimitar Nikoloski[2]

[1] University „St.Kliment Ohridski", Bitola, Republic of Macedonia, marjan.angeleski@uklo.edu.mk

[2] University „St.Kliment Ohridski", Bitola, Republic of Macedonia, slavica.rocheska@uklo.edu.mk

[3] University „St.Kliment Ohridski", Bitola, Republic of Macedonia, dimitar.nikoloski@uklo.edu.mk

Abstract: Even though there is an abundant research regarding the critical factors for project success, there is still room for exploring particularly the questions related to projects for e-government. Several questions arise with this regard: First, what are the critical factors for success of such type of projects that governments need to take into consideration in order to provide their successful achievement; and, second, how these factors can be categorised? With respect to this, the aim of this paper is to explore the concept of project success and the critical success factors through analysis of different approaches, literature review and experiential knowledge. The attention will be paid to identification and categorisation of the key success factors of e-government projects as a precondition for their successful implementation. In this context, in this paper we have created a new systematised review of the success factors for e-government projects in several categories according to their nature, type and characteristics.

Keywords: critical success factors; e-government; project

1. Theoretical background of the project success

Projects generally are realised to meet customer requirements and represents a sequence of complex, unique, non-routine connected activities limited by time, budget, resources and performance specifications (Gray & Larson, 2011; Ofori, 2013). Alternatively, the project can be defined as "a temporary endeavour undertaken to create a unique product, service, or result." (PMI, 2013) or "endeavour to accomplish a specific objective through a unique set of interrelated tasks and the effective utilization of resources" (Gido & Clements, 2015). However, one of the most interesting definition for project, given by Joseph M. Juran, is that "the project is a problem scheduled for solution" (Lewis, 2007). This definition shows that the project solves some "problems" but not always understood in negative context. All of the previous given definitions converged around several main ideas and any project has common attributes: well-defined goals and objectives; complexity; non-routine activities; resources; unique deliverable(s); specific time frame.

Generally, the project goal is to achieve an intended individual, corporative or social change. It is worth to mention that the projects are focused on solving particular problem or need of specific group i.e. fulfilment of particular requirements and expectations by using new ideas, techniques and by upgrading the existing opportunities and potentials as well. It has been proved that an appropriate project management is of great importance for successful realization of the projects. With respect to this, the concept of project management has been treated and defined by several authors. According to Kerzner, the project management is defined as a process of planning, organising, directing and controlling of human and material resources for achieving particular defined goal (Kerzner, 2009). On the other hand, The Project Management Institute (PMI) defines the project management as application of knowledge, skills, tools and techniques in the project activities in order to achieve the specific project requirements (PMI, 2013).

The project success is the most discussed themes in the field of project management and often it is controversial because of the opposed views it attracts among the researchers and practitioners. By analyzing the definitions of a project, the key notions such as: time, budget, resources, performance specifications, customer requirements, unique product, service or result, realization of expected outcomes etc. point out to the principal elements that should be used in evaluation of the project success. However, besides these notions in the evaluation of the project success it is necessary to take into account a number of dimensions such as: efficiency, customer satisfaction, team effectiveness, business success and preparing for the future. (Stefanovic & Shenhar, 2007). It has been often emphasized in the case of business projects that it is indispensable for the project' success their incorporation in the organizational goals, since it has been widely acknowledged that the project is temporary organization within organization which aims achievement of specific organizational goals (A. J. Shenhar, 2001).

Traditionally, the project success is defined as meeting the shareholders' expectations with respect to realization of the project within the planned budget (costs), time (schedule) and performances (scope) (Gray & Larson, 2011). In addition, Pinto & Slevin argue that successful realization of the projects depends on four distinctive criteria: time criterion (on-schedule); monetary criterion (on-budget); effectiveness criterion (achieves the goals originally set for it); client satisfaction criterion (accepted and used by the clients) (Pinto & Slevin, 1987). However, the project success is a multidimensional strategic concept since the measurement of its success requires overcoming the classical "triple constraint" of meeting time, budget and requirements goals (J. Shenhar, Milosevic, Dvir, & Thamhain, 2007). In PMBOK, having in mind that projects are temporary in nature, it has been emphasized that "success of the project should be measured in terms of completing the project within the constraints of scope, time, cost, quality, resources and risk as approved between the project managers and senior management" (PMI, 2013).

Nonetheless, it is more than evident that stakeholders have key role in measuring the project success as well, since different stakeholders have different expectations and perceptions for the project success. Hence, the consumers evaluate the project success according to the utility of the product which has been produced as a result of the project; the investors consider as successful the project which result in higher return of the investment relative to the initial costs; for the corporate management the project is successful if it contributes to market growth and achieves strategic objectives, which means that the definition of project success varies according to the perceptions of stakeholders (Kerzner, 2009). In this context, Freeman & Beale argue that "an architect may consider success in terms of aesthetic appearance, an engineer in terms of technical competence, an accountant in terms of dollars spent under budget, a human resources manager in terms of employee satisfaction, and chief executive officers rate their success in the stock market." (Freeman & Beale, 1992) which means that all stakeholders have a specific definition of "project success" (Shokri-Ghasabeh & Kavousi-Chabok, 2009). In relation to this, Van Aken simplifies that the project success on first place depends on "the satisfaction of all stakeholders" (Westerveld, 2003).

On the other side, there are different types of projects with specific goals and complexity which makes it difficult to reach a general agreement for unique success criteria (Müller & Turner, 2007; Westerveld, 2003). This means that different project activities need to managed differently in order to achieve a successful project (Wideman, 2004). According to Morris and Hugh, the project success depends on "a realistic goal; competition; client satisfaction; a definite goal; profitability; third parties; market availability; the implementation process; the perceived value of the project" (Munns & Bjeirmi, 1996). Taking into account all these analyses, it is necessary to make difference between project success as a measure for overall objectives of the project and project management success as a measure for traditional criteria for evaluating the project performances such as: cost, time and quality (Prabhakar, 2008).

2. Critical success factors of the project vs. Project success criteria

Generally, in the literature can be distinguished two different concepts for the project success: project success factors and project success criteria (Müller & Turner, 2007), which sometimes in the literature of project management are incorrectly used as synonyms (Lim & Mohamed, 1999). In fact, those are different concepts since "criteria are used to measure success whilst factors facilitate the achievement of success" (Baccarini & Collins, 2004). With respect to this Cooke-Davies points out that it is particularly significant to answer three key questions: "What factors are critical to project management success; What factors are critical to success of an individual project; and What factors lead to consistently successful projects?" (Cooke-Davies, 2002).

Critical success factors (CSFs) are the few key areas of activity on which a manager should focus his attention in order to achieve the required goals (Bullen & Rockart, 1981) and "to identify what is necessary to meet the desired deliverables of the customers" (Kerzner, 2009). These are a limited number of characteristics or variables that directly affect the effectiveness and efficiency and provide competitive performances of a given organization, program or project in the case they are met by the management (Fortune & White, 2006). In the Cambridge Business English Dictionary, the critical success factor has been defined as "one of the most important things that a company or organization must do well in order for its business or work to be successful". Some authors argue that success factors facilitate the achievement of success (Baccarini & Collins, 2004) and represent elements of a project that can be influenced to increase the likelihood of success (Müller & Jugdev, 2012).

An early development of a concept for the factors of project success, generally encompasses theoretically based interpretation and to less extent an empirical verification (Pinto & Prescott, 1988). In this context, Schultz et al. have attempted to create generalized critical success factors that would hold for different types of projects and organizations by defining an instrument known as project implementation profile. CSFs based on project implementation profile includes 10 factors: project mission, top management support, project schedule and plan, client consultation, personnel, technical tasks, client acceptance, monitoring and feedback, communications and troubleshooting (Schultz, Slevin, & Pinto, 1987). The analysis of results from the respondents in some surveys shows that there are no significant variations between the answers of respondents from different industries with respect to CFSs which means that they can be generalized (Baccarini & Collins, 2003). However, besides this generalized concept, it is evident that a set of CSFs may not be transferable from one project to another (Liu & Walker, 1998) and particular set of project success factors may not be appropriate for all industries (Lim & Mohamed, 1999) taking into account both, the internal (organizational) and external factors that influence project implementation (Jugdev & Müller, 2005).

Besides the above discussed critical factors, the project success is measured by using project success criteria that can have different characteristics. For instance, some of the project success criteria can be considered as "hard" or tangible criteria which are easily measurable such for example the project goals, time, cost, resources and technical standards, while others are known as "soft" success criteria which are intangible, more subjective and difficult to be measured such for example the attitudes, the stakeholder satisfaction, the reputation etc. (Archibald, 2003). According to Atkinson, the criteria for measuring project success are divided in two stages: delivery and post-delivery stage. The first stage measures the process criteria (cost, time, quality, efficiency) and is focused on doing things right, whereas the second stage measures the system criteria (maintainability, reliability, validity, information quality use etc.) and the benefits (organizational benefits and stakeholder community benefits) (Atkinson, 1999). It is worth mentioning that Patanakul and Milosevic observe the project success criteria from three different perspectives: criteria from organizational perspective; criteria from project perspective and criteria from personal perspective (Patanakul & Milosevic, 2009).

In the case the project manager has intention "to lead a project towards high levels of success, he should know the criteria by which it is measured (i.e. success criteria)" (Milis, 2008) and consequently the success criteria provide information whether the defined goals of the project are met, or in other words they are "measures by which we judge the successful outcome of a project" (Chan, Scott, & Chan, 2004). Therefore, in order to manage project successfully the focus must be put on these criteria (Adinyira, Botchway, & Kwofie, 2012). Even though the wider literature in the context of project success criteria emphasizes time taken, cost and the extent to which requirements are met (White & Fortune, 2002), "success criteria will differ from project to project depending on a number of issues, for example size, uniqueness and complexity" (Wateridge, 1998). Based on the literature review Els et al. (2012) have systematized the following categories of success criteria: Stakeholders' appreciation, Completes within Time, Meets the required Quality, Completes within Cost.

3. Critical success factors of the e-government projects

E-government can be considered as an efficient tool that enables government to provide better services and greater inclusion of citizens and businesses by using ICT. Generally, e-government has multidisciplinary character because it is not only an introduction of web based solutions by the government, but it encompasses a complex social system that covers a number of other questions that have technical, organisational, social and economic character (Fasanghari & Habibipour, 2009). The implementation of such a concept can help improving the services delivered by the authorities, reducing the bureaucratic procedures, increasing the efficiency, improving the accountability, decreasing the time needed to get the service and facilitating communication that will lead to improved standard of living. However, the implementation of the e-government is not an easy task since there are a number of critical factors that determine the concrete project success.

Taking into account the above considerations some authors have systematized the critical factors for project success and the initiatives for implementation of projects related to e-government. In this context, a systematic overview of the success factors defined by various authors is presented in Table 1.

Table 1. Critical success factors identified by various authors

Authors	Literature reviewed	Critical success factors	
(Harti, Larastri, Achmad Nizar, Edson, & Putra, 2016)	Systematisation based on 10 relevant researches Valdés, G., Solar, M., Astudillo, H., Iribarren, M., Concha, G., & Visconti, M. (2011); Sundberg, H. P., & Sandberg, K. W. (2004); Hossan, C. G., Habib, W. M., & Kushchu, I. (2006); Prananto, A., & McKemmish, S. (2007); Al-Azri, A., Al-Salti, Z., & Wafi, A.-K. (2010); Al-Kaabi, R. (2010); Altameem, T., Zairi, M., & Alshawi, S. (2006); Abdelghaffar, H., Mohamed Bakry, W.-E., & Duquenov, P. (2005); Papantoniou, A., Hattab, E., Afrati, F., Kayafas, E., & Loumos, V. (2001); Vir, D., & Bansal, G. (2008)	- Overall Vision and Strategy - Technology Support - Top Management Support - Availability of Human Resource - Change Management - Effective Project Management - Strong Government Leadership - Business Process Reengineering - Training - Awareness - Communication - Coordination and Collaboration - Organization Culture	
(Al-Naimat, Abdullah, & Ahmad, 2013)	Systematisation based on the researches of the authors: Al-Kaabi (2010); Al-Rashidi (2010); Al-Sobhi et al (2010); Altameem et al (2006); Heeks (2005); Karunasena (2012); Lam (2005); Lusa & Sensuse (2011); Schwester (2009)	- Funding - IT Infrastructure - Policy and Legal Issues - Awareness - Top Management Support - Political Support - User Computer Efficacy - Reward System	- Resistance to change - Vision & strategy - Training
(Napitupulu & Sensuse, 2014)	Systematisation based on 230 papers	- User and Stakeholder involvement - Good Planning - Using Portal/Application - Training - Good system usability - System campaign - Prototype - Good team skills and expertise - Strong Leadership - Good coordination between all project participants - Best practice consideration - Enough Funding - Make Better business process - Supportive government policy - Political support and stability - Good oursourcing strategy - Supportive ICT Infrastructure/service availability - User/citizen computer/internet literacy - Good and clear organizational structure - International support - System security - Legal framework - Monitoring and evaluation - Good partnership with other institution - Good change management - Supportive cultural environment - Good system modeling - Deal with bureaucratic processes	- Citizen relationship management - Top management support - Support interoperability - Good project management - Good information quality - Good system quality - Good service quality - Trust - Awareness - Good Governance - Citizen Satisfaction - System Development Methodology - Electronic Transaction - User/Premium Fees - Gradual Implementation - Re-Usable - Continuous Improvement - Creativity & Innovation - Willing to Change - Reward & Recognition - Highly Demand of Citizen - Self-Sustainaible Revenue - E-Participation - Prioritization of e-Government - Market Sinergy & Potential - External Pressure - Guidelines for e-Government Development
(Els et al., 2012)	Systematisation based on the literature review	- Team & Leadership - Project Manager - Communication - Stakeholder management - Planning	- Organisation structure - Financial Resources - Policy & Strategy - Learning from experience - External Environment

		- Scheduling - Monitoring and Control - Quality Management - Risk Management	- Procurement and Contract - Contractor - Technical - Innovation

Having in mind that the above listed authors have identified various factors with multidimensional character that have different impact in the project process it is necessary their further categorization in distinctive groups in order to provide greater clarity and coherence. In addition, the list of factors incorporates the specificities of the project and has different content depending on the type and nature of the project activity. In this context, we have categorised the critical factors for project success for the e-government projects in separate groups according to their complementarity and characteristics, but in the same time whether they originate from the internal or external environment.

According to their characteristics, the identified critical success factors can be classified and systematized in the following categories: organizational factors, social factors, technical factors, financial factors, managerial factors, process factors, legal-and political factors. In this context, we should emphasize that each factor has different weight and intensity of influence as well as different importance in the realization of different phases of project activities. Therefore, this categorization might represent a good basis for further research and defining of more precise analytical framework for assessing the importance of particular success factors for e-government projects. Table 2 presents an authors' comprehensive classification of internal and external critical success factors for the previously identified categories.

Table 2. Classification of internal and external critical success factors

	Internal factors	**External factors**
Organisational factors	Training Organization Culture Coordination and Collaboration Reward System Creativity & Innovation	
Social factors	Willing to Change Values and motivation Trust	Demand of the sitizens for e-government services E-Participation User/citizen computer/internet literacy Citizens' Satisfaction Awareness Supportive cultural environment
Financial factors	Financial Resources	Funding
Managerial factors	Top Management Support Availability of Human Resource Change Management Effective Project Management Overall Vision and Strategy Strong Leadership Good coordination between all project participants	
Process factors	Planning Scheduling Monitoring and Control Quality Management Risk Management	
Technical factors	Hardware Availability Software Availability Network Accessibility	Technology Support IT Infrastructure
Legal and-political factors		Supportive legal framework Supportive government policy Political stability

From the categorization of critical success factors for the success of e-government projects we can perform the following analysis.

Organisational factors are internal factors that reflect the organisational culture and valorisation system that spur the creativity and innovation of employees. This type of factors has to enhance the organisational learning as well as the horizontal (or inter-sectoral) and vertical (or inter-organisational) cooperation during the project realisation.

Social factors can have internal and external nature. The social factors consider the readiness and willingness for changes, the confidence regarding the concept of e-government as well as the values that it produces.

Besides the internal social factors, the citizens' satisfaction and their demand for e-services, as well as the awareness for the benefits from e-government play an important role.

Financial factors generally refer to financial sources necessary for development of the concept of e-government and support of e-government projects with external funding. .

Because the e-government projects are particularly complex, it is important to be supported by the top management that needs to show leadership and vision for development. To achieve these challenges it is necessary a good management with human resources as well as an effective project management that would enable coordination among all project participants.

An appropriate and continuous monitoring and control of activities are of critical importance for project success. In this context, it is particularly important to manage the quality and the risk of e-government projects starting from identification, analysis, evaluation and their continuous improvement.

Technical factors are an important precondition for successful realisation of the e-government projects because one of the necessary conditions for development of e-government is technical and particularly the information and communication infrastructure. The technical factors can have internal and external nature as well. For instance, the hardware, software and network infrastructure in the institutions are critical for implementation of e-government projects. In addition, the technological and ICT infrastructure of the country are significant determinants for successful realisation of e-government projects.

In order to appropriately implement the e-government project a strong and consistent political goodwill is needed as well as appropriate government policies that will stimulate development of such type of projects. An infallible part of these processes are the defined regulations that will enable their continuous implementation from the perspective of the related legislative issues.

4. Conclusion

The focus of this paper is on the discussion about the project success and particularly the critical success factors for implementation of e-government projects. In this context, a number of authors have contributed in providing a comprehensive analysis and definition of the critical success factors, but it is evident that this list has not been exhausted. The main contribution of this paper consists in the analysis and synthesis of the critical success factors of e-government projects by offering new and different perspectives for their systematisation. Namely, we make an attempt to systematise the existing internal and external critical success factors of e-government projects categorised in the following groups: organizational factors, social factors, technical factors, financial factors, managerial factors, process factors and judiciary-political factors. The obtained results can be used by the researchers and the practitioners as well. In other words, the above systematised framework can be used as a basis for further research and deepening of the research problem, providing answers to important questions for implementation of e-government projects and designing suitable policies for planning the projects in this field.

References

Adinyira, E., Botchway, E., & Kwofie, T. E. (2012). Determining Critical Project Success Criteria for Public Housing Building Projects (PHBPS) in Ghana. Engineering Management Research, 1(2), 122–132.

Al-Naimat, A. M., Abdullah, M. S., & Ahmad, M. K. (2013). the Critical Success Factors for E-Government Implementation in Jordan. In Computing & Informatics, 4th International Conference, 2013 (pp. 391–398).

Archibald, R. D. (2003). Managing High-Technology Programs and Projects (3rd ed.), John Wiley & Sons, Inc.

Atkinson, R. (1999). Project management: cost time and quality two best guesses and a phenomenon, it's time to accept other success criteria. International Journal of Project Management, 17(6), 337–342.

Baccarini, D., & Collins, A. (2003). Critical success factors for projects. In Surfing the Waves: Management Challenges; Management Solutions, Proceedings of the 17th ANZAM Conference.

Baccarini, D., & Collins, A. (2004). The Concept of Project Success–What 150 Australian project managers think. Consultant, 68, 48–3.

Bullen, C. V., & Rockart, J. F. (1981). A primer on critical success factors. Working Papers, (69), 1–64.

Chan, A., Scott, D., & Chan, A. (2004). Factors Affecting the Success of a Construction Project. Journal of Construction Engineering and Management, 130(1), 153–155.

Cooke-Davies, T. (2002). The "real" success factors on projects. International Journal of Project Management, 20(3), 185–190.

Els, M., Van Der Merwe, M. F. &, & Hauptfleisch, A. C. (2012). Critical success criteria and success factors in project management: A quest to enhance generic professional practice. In 11th International Conference on Entertainment Computing (p. 14). Bremen, Germany.

Fasanghari, M., & Habibipour, F. (2009). E-government performance evaluation with fuzzy numbers. In Proceeding of the International Association of Computer Science and Information Technology-Spring Conference (pp. 231–235).

Fortune, J., & White, D. (2006). Framing of project critical success factors by a systems model. International Journal of Project Management, 24(1), 53–65.

Freeman, M., & Beale, P. (1992). Measuring project Success. Project Management Journal, 23(1), 8–17.

Gido, J., & Clements, P. J. (2015). Successful Project Management (6th ed.). Cengage Learning.

Gray, C. F., & Larson, E. W. (2011). Project Management: The Managerial Process (5th ed.). McGraw-Hill/Irwin.

Harti, F., Larastri, K., Achmad Nizar, H., Edson, Y., & Putra. (2016). Critical Success Factors of E-Government Implementation: A Case Study on Financial Audit Agency E-Government. A Journal of Multidisciplinary Science and Technology, 7, 563–568.

Jugdev, K., & Müller, R. (2005). A Retrospective Look At Our Evolving For Project Success. Project Management Journal, 36, 19–32.

Kerzner, H. (2009). Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling. New York (10th ed.). John Wiley & Sons, Inc.

Lewis, J. P. (2007). Fundamentals of Project Management (Third edit). American Management Association.

Lim, C. S., & Mohamed, M. Z. (1999). Criteria of project success: an exploratory re-examination. International Journal of Project Management, 17(4), 243–248.

Liu, A., & Walker, A. (1998). Evaluation of project outcomes. Construction Management And Economics, 16(2), 209–2019.

Milis, K. (2008). The Triple Constraints : A valid set of criteria to measure IS-project success ? HUB RESEARCH PAPER 2008/52.

Müller, R., & Jugdev, K. (2012). Critical success factors in projects. International Journal of Managing Projects in Business, 5(4), 757–775.

Müller, R., & Turner, R. (2007). The Influence of Project Managers on Project Success Criteria and Project Success by Type of Project. European Management Journal, 25(4), 298–309.

Munns, a K., & Bjeirmi, B. F. (1996). The role of project management in achieving project success. International Journal of Project Management, 14(2), 81–87.

Napitupulu, D., & Sensuse, D. I. (2014). The Critical Success Factors Study for e-Government Implementation. Intrnational Journal of Computer Application (0975-8887), 89(16), 23–32.

Ofori, D. F. (2013). Project Management Practices and Critical Success Factors–A Developing Country Perspective. International Journal of Business and Management, 8(21), 14–31.

Patanakul, P., & Milosevic, D. (2009). The effectiveness in managing a group of multiple projects: Factors of influence and measurement criteria. International Journal of Project Management, 27(3), 216–233.

Pinto, J., & Slevin, D. (1987). Critical Success Factors in Effective Project implementation. IEEE Transactions on Engineering Management, 34(1), 22–28.

Pinto, & Prescott. (1988). Variations in Critical Success Factors Over the Stages in the Project Life Cycle. Journal of Management, 14(1), 5–18.

PMI. (2013). A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide)-Fifth Edition (Fifth Edit, Vol. 44). Project Management Institute.

Prabhakar, G. P. (2008). What is Project Success: A Literature Review. International Journal of Business and Management, 3(9), 3–10.

Schultz, R. L., Slevin, D. P., & Pinto, J. K. (1987). Strategy and Tactics in a Process Model of Project Implementation. Interfaces, 17(3), 34–46.

Shenhar, A. J. (2001). Contingent management in temporary, dynamic organizations: The comparative analysis of projects. The Journal of High Technology Management Research, 12(2), 239–271.

Shenhar, J., Milosevic, D., Dvir, D., & Thamhain, D. (2007). Linking Project Management To Business Strategy. Project Management Institute.

Shokri-Ghasabeh, M., & Kavousi-Chabok, K. (2009). Generic project success and project management success criteria and factors: Literature review and survey. WSEAS Transactions on Business and Economics, 6(8), 456–468.

Stefanovic, J., & Shenhar, A. (2007). Why Companies Need to Adopt a Strategic Approach to Project Management. Technology Management, 11(2), 1–12.

Wateridge, J. (1998). How can IS/IT projects be measured for success. International Journal of Project Management, 16(1), 59–63.

Westerveld, E. (2003). The Project Excellence Model®: linking success criteria and critical success factors. International Journal of Project Management, 21(6), 411–418.

White, D., & Fortune, J. (2002). Current practice in project management – an empirical study. International Journal of Project Management, 20, 1–11

Wideman, R. M. (2004). A Management Framework: For Project, Program and Portfolio Integration. Vancouver, Canada: Trafford Publishing.

Electronic Trade In The Acts Of The European Union

prof. PhD. Miroslav Andonovski[1] **MA Karolina Shukuroska[2]**

MA Marija Midovska Petkoska[3]

[1]University "Ss. Kliment Ohridski"–Bitola, Faculty of economics-Prilep, email:miroslav.andonovski@uklo.edu.mk

[2]Ministry of finance, Property and Legal Affairs Office, Regional office for carrying out first-instance procedure - Prilep, e-mail: sukuroskakarolina@t.mk

[3]University "Ss. Kliment Ohridski"–Bitola, Faculty of economics-Prilep, e-mail:marija.midovska@gmail.com

Abstract: Electronic commerce is on permanent rise. It suppresses conventional trading methods, between companies and between consumers-individuals also.

The growth of electronic commerce is in all areas of social life. The reasons for this lie in the fact that it has proven to be an effective way of performing work responsibilities in the public administration, judiciary, education, health, etc. Today, there is almost no area in which electronic commerce has shown its advantages. That's why it is so much accepted by the business world.

The steady increase in the use of electronic commerce in everyday life imposes the need to create rules on the basis of which electronic transactions will be realized.

Of course, national states are the first to try to build their own rules and standards through their national legislation. In practice, however, domestic law has proved to be insufficient or even an obstacle to the realization of electronic transactions, because transactions are taking place between companies and other users of these services outside the national borders, that is, around the world. In other words, electronic commerce does not know national boundaries. Precisely because of this, there is a need for international rules and standards on the basis of which these activities will be realized.

Keywords: electronic, trade, market, transactions.

1. Introduction

The most important reason leading to the development of electronic commerce in the international arena is the fact that through electronic commerce companies have seen the opportunity for better and faster realization of their business activities. Although initially electronic commerce, as a way of doing business, was accepted only by large companies and banks, very soon it became a field of interest and an inevitable part of everyday activities of small and medium-sized companies. Computers become an indispensable part of everyday operations in trade and banking, as well as in other areas, administration, health, transportation, services, etc. This incredibly fast and global development of electronic commerce has led to the occurrence of many problems in everyday work for which the business world has never even thought that it can emerge. Until then, companies had not met before. That is why there is the emergence of legal rules that would regulate this area, not only on the national level, but also internationally. Many international organizations that have identified this problem have tried and are still trying to create unified rules for electronic commerce. Some of the international organizations, more than others, will address these issues with more attention that requires the further development of electronic commerce. There are number of international organizations that have contributed to the regulation of the rules for electronic commerce for which we have previously written, but the subject of interest in this paper is the European Union and the acts through which it has made its contribution to the regulation of electronic commerce.

2. European Union and Electronic Commerce

The European Union, like many other international and regional organizations, as well as national states, is interested in the existence of rules for the electronic commerce. This is particularly because it ensures the

efficiency of the single European market, more secure cross-border trade between EU Member States, and in addition provides better protection for consumers, especially when selling from a distance1.

The rules that the European Union has developed to regulate electronic commerce can come in the form of directives, recommendations, decisions, suggestions, opinions or working materials.

In 1987, the European Economic Community (as the forerunner of the European Union) decided to adopt the rules governing electronic data transmission (EDI-Electronic Data Interchange) using the telecommunications services network. To this end, a separate (TEDIS) system was created within the European Economic Community (Trade Electronic Data Interchange Systems - TEDIS). TEDIS is conceived as a program that should cover: automotive, chemical industry, electronics and data processing industry, distribution and retail, reinsurance and transportation.

Since 1990 to date, a number of rules have been adopted by the Commission, the Council, the Parliament and other institutions of the European Union. It should be noted that at the beginning of the application of these rules, the development of the Internet as a closed network is followed in the best possible way, towards the Internet as an open communication network, in which EDI represents one of the most important ways of electronic communication2.

Taking into account the rapid development of new technologies and the speed with which they conquer space in the field of trade, and the growing use of electronic commerce in everyday trading activities also the need for rules for regulating the relations and processes in electronic commerce, the Council of Europe in 1997 will develop a Long-Term Action Plan for the Advancement of Internet Safety3, and a year later, the Directive for stablishing Procedures for Adopting Rules for Information in the field of technical standards and rules4.

Below in this paper we will look at some of the EU documents that regulate numerous issues in the field of electronic commerce.

2.1. Europe EDI contract model

The European model EDI agreement of 1994 is essentially the Recommendation of the Commission of the European Economic Community on the legal provisions and conditions on which the parties perform their activities using electronic transmission-EDI. The legal basis of this agreement stems from the already accepted rule within the boundary of the law known to all systems - the freedom of bargaining (autonomy of the will of the contracting parties), and based on that principle a model-type contract was prepared, regulating the rights and the obligations of the contracting parties in the event that the mutual trade activities are carried out through a computer.

Under this model agreement EDI electronic data interchange is electronic transfer from computer to computer, trade and administrative data using agreed standards in which the EDI message is structured.

The implementation of the Model Agreement will greatly contribute to gaining confidence in new technologies. However, in this case it should be known that this Model Agreement has legal effect only if participants in the EDI transaction invoke it, and therefore it is often given the treatment of private codification. Also, the application of the Model Agreement between the buyer and the seller does not create an obligation for third parties that are not parties to the contract, such as service providers. Based on the foregoing, it can be concluded that the EDI Model Agreement is a good way to regulate electronic commerce between well-known partners (intranet), but in situations in an open environment (Internet), this Model Agreement is not applicable.

[1] Directive 97/7 from 20 Maj 1997 for Customer protection in a relation to the contract for distance; Official journal No.L 144/19

[2] Jelena Vilus, Electronic trade low, European center for peace and development (ECPD) University for peace United Nations, page 60.

[3] COM (97) 582 final, Official journal C 48/8

[4] Directive 98/34 laying down a procedure for the provision of information in the field of technical standards and regulations, Official Journal L 204/37, 21.07.1998

2.2. Directive on certain legal aspects of electronic commerce for the internal market[5]

The European Union has often stressed the need to adopt e-commerce rules globally. But the adoption of such rules requires a lot of time, which is not in line with the needs of the single economic market, as some aspects of electronic commerce between EU member states require a quick solution. Within the institutions of the European Union, an opinion has been built that a well-conceived e-commerce rule can provide:

• Citizens, especially consumers in the EU, increase access to products and services, better quality, point out prices and quality, within the EU framework to provide better quality of life,

• Electronic commerce rules within the EU for small and medium-sized enterprises (SMEs) imply an incentive for development, given that they are given insights into the modes and conditions in new technologies and in the source of investments,

• opening new jobs as well as conditions for obtaining jobs from all profiles, especially the experts in the field of computer science6.

Precisely because of the aforementioned goals, as well as for the efficient connection of the Member States' markets, the European Commission of Parliament and the Council will propose certain issues related to electronic commerce to be regulated at EU level, without waiting for them to be regulated at world-wide.

The Directive on Certain Legal Aspects of Electronic Commerce for the Internal Market of 1998 covers five core areas: the establishment of an information company, the definition of the term commercial communication, the conclusion of on-line transactions, the responsibility of intermediaries and the application. Beyond these five areas, the issue of resolving disputes that arise when trade activities and agreements are concluded on the Internet is of particular importance.

The main purpose of this Directive is to create a legal framework to ensure the free movement of services. The Directive should enable the creation of an information society for service providers and eliminate legal uncertainty in the establishment of service operators.

In developing the legal aspects of electronic commerce for the internal market, the EU will also cooperate with other international organizations such as the World Trade Organization (WTO), the World Intellectual Property Organization (WIPO), UNCITRAL and the OECD.

2.3. Directive of the European Parliament and of the Council within the Community Electronic Signature[7]

Directive 1999 / 93EC on electronic signatures within the European Community, is adopted in 1999 by the European Parliament and the Council. The adoption of this Directive creates a legal framework for the electronic signature and certain services in issuing certificates in order to ensure the functioning in the internal market of the European Union. The purpose of this Directive is to facilitate the application of the electronic signature and to regulate the conditions of its legal recognition between the Member States. The provisions of this Directive relate to the fact that the electronic signature should fulfill all legal requirements as well as the handwritten signature and be recognized in the legal proceedings before the competent authorities.
According to this Directive, the electronic signature is an electronic message that is attached or logically linked to other emails and serves as a method for determining the credibility of the message.
Whereas this Directive is intended for Member States, its content prevails in the internal market, access to markets, and the bodies assisting the Commission in monitoring compliance with the provisions of the Directive. For this purpose, within the European Community, an Electronic Signature Committee has been established.
For the purpose of issuing certificates, the existence of a certification body is required by this Directive as a certification service provider (cerification-service-provider) which according to this Directive is a legal or natural person issuing certificates and providing other services relating to of the electronic signature. According to Article 6 of the Directive by issuing the certificate, the certification body is liable for damage that would have the legal or natural persons that are users of the certificate.

[5] http: /www.ispo.cec.be/ecommerce/legal.html

[6] Karolina Shukoroska, Determinants for development of e-commerce in Republic of Macedonia, master thesis, Faculty of economics Prilep, 2017, page 41-42

[7] Official Journal of the European Communities, L13, Vol. 43, 19 January 2000, pp. 12-20.

2.4. The Directive on the Protection of Personal Data[8]

Directive 95/46 / EC on the protection of personal data is based on the observance of the fundamental rights set forth in the Charter of Fundamental Rights of the European Union. The confidentiality of information is guaranteed by the European Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms, as well as with the Statutes of the Member States.

The need for adopting such a document stems from the fact that the development of the information society characterizes the new technologies in the field of communication services, the availability of mobile communication networks to an increasing number of people, hence the requirements for protection of personal data and privacy of users.

The legal regulations adopted by the Member States on the protection of personal data, the privacy, but also the interests of legal entities in the field of electronic communications, should be unified in order to eliminate obstacles to the efficient functioning of the internal market for electronic communications.

Article 1 of this Directive provides for the need for Member States to harmonize provisions to ensure an adequate level of protection of fundamental rights and freedoms, and in particular the right to privacy in the use of personal data in electronic communications, and to ensure the free movement of those data, communication equipment and services within the community.

So the right to privacy in electronic communications, the free movement of data, communication equipment and services is the basis on which this Directive is based.

The Personal Data Protection Directive regulates the issue of service provider security by providing service providers, with an obligation to inform users in the event of a risk of attacks by hackers, viruses, etc. Also, the Directive provides for provisions concerning the confidentiality of information, whereby States Parties should prohibit any form of wiretapping, interception or monitoring of information.

Conclusion

The members of the scientific fela and the business world who are interested in electronic commerce are very well aware that there are numerous international and regional organizations that regulate the relations between the business partners in the electronic trade as a field of interest. This interest is most evident in their attempts to develop unified rules that will facilitate the smooth and continuous development of the electronic trade, both nationally and internationally. Of course, among those numerous international and regional organizations is the European Union. From the analysis of the adopted regulations of the Union for regulation of this area it is concluded that it has made a huge contribution to the regulation of this area, especially in the relations B2C, as one of the most present, and which relations due to the massiveness deserve special elaboration.

We consider it necessary to emphasize that all regulations and acts (directives, recommendations or other documents) adopted by the European Parliament and the Council aim to harmonize or unify the rules on electronic commerce between Member States. Some of these regulations, such as directives, are applied directly by Member States in an unaltered form, and they become an integral part of national legislation in each member state. Member States have an obligation to comply with certain acts in such a way that national legislation favors European dictatorships. All these activities are undertaken in order to facilitate the functioning of the European internal market, which ultimately ensures an increased and free flow of goods, people, capital, ideas, etc.

The introduction of electronic signatures and the recognition of electronic messages as valid evidence before the courts and other authorities enable unity in the functioning of the market. When all this is added to the functioning of the certification bodies and their guaranteed subjectivity based on the principle of country of origin, supported by the principle of minimum harmonization, it appears that the obstacles in the electronic trading of the single European market almost do not exist.

[8] Official Journal of the European Communities, 33 (6), 1995.

4. References:

D Chaffey, E-Business and E-Commerce Management (4th Edition), New Jersey: Prentice Nall, 2009

Y.Zhao, Resolution in Electronic Commerce, Leiden, Boston, 2005, 13-14

Karolina Shukuroska, Determinants for the Development of Electronic Commerce in the Republic of Macedonia, Master thesis, Faculty of Economics - Prilep, 2017, p. 41-42

M.Milosavljević, V.Mišković, Electronic Trade, University Singidunum, Belgrade, 2011, p.10

Directive 97/7 of 20 May 1997 on consumer protection in respect of distance contracts; Official Journal, No.L 144/19

Jelena Vilus, Electronic Trade Law, European Center for Peace and Development (ECPD) of the United Nations Peace University, p.

Directive 98/34 laying down a procedure for the provision of information in the field of technical standards and regulations, Official Journal L 204/37, 21.07.1998.

COM (97) 582 final, Official Journal C 48/8

Official Journal of the European Communities, L13, Vol. 43, 19 January 2000, pp. 12-20.

Official Journal of the European Communities, 33 (6), 1995.

http://searchfinancialapplications.techtarget.com/definition/EDIFACT

www.uncitral.org/ Model Law on Electronic Commerce

http: /www.ispo.cec.be/ecommerce/legal.html

Non-Financial Enterprises in Bulgaria – Economic Dimensions and Developmental Perspectives

prof. Todorka Atanassova-Kalaydzhieva Ph.D.

[1]Trakia university, Faculty of Economics, Department of Economics, tatanassova@abv.bg

Abstract: The aim of the present research is to study and analyze the state of business (no-financial) enterprises in Bulgaria on the basis of their size differentiation, to reveal major problems in their operation and to present perspectives for their development.

Due to the broad scope of the subject, the analysis is focused mainly on the third stage of the development of business enterprises in the country, i.e. the period from 2008 to 2016.

To meet the objectives of the study and to assess the economic picture in the non-financial sector in Bulgaria, official information from various sources was used: Business Statistics and Business Demographics of the NSI, research, analyses and assessments of scientific, governmental and non-governmental organizations. The indicators evaluated were complemented by my personal studies and calculations.

Analytical estimates and basic conclusions: Micro, small and medium-sized companies play a leading role in Bulgarian economy. They also provide more employment opportunities in the country; There are significant regional disparities in the presence, degree of development and employment in non-financial enterprises in Bulgaria. The Southwest region is the most developed, while the Northwest one has the lowest indicators; The policy of enterprises (micro, small and medium-sized) of attracting risk-based capital, which could support their activities and increase revenues, is not active enough.

The prospects for the development of business (non-financial) enterprises of different size classes in Bulgaria are diverse. A precondition for higher economic efficiency of Bulgarian non-financial enterprises is their active innovation activity. As of the present moment it is insufficient or very timid.

Key Words: non-financial enterprises, economic dimensions, development

1. Introduction

The stability and competitiveness of national economy in the context of growing globalization is largely influenced by the state and development of business enterprises.

Business enterprises, or non-financial enterprises , defined in statistical surveys according to their size differentiation as micro, small, medium-sized and large enterprises, form a significant share of the gross domestic product of the country. They are a major source of jobs in Bulgarian economy; they are sensitive to changes in the industrial environment and bear the consequences of the global financial and economic crisis.

The aim of the present research is to study and analyze the state of business (no-financial) enterprises in Bulgaria on the basis of their size differentiation, to reveal major problems in their operation and to present perspectives for their development.

Due to the broad scope of the subject, the analysis is focused mainly on the third stage of the development of business enterprises in the country, i.e. the period from 2008 to 2016.

To meet the objectives of the study and to assess the economic picture in the non-financial sector in Bulgaria, official information from various sources was used: Business Statistics and Business Demographics of the NSI, research, analyses and assessments of scientific, governmental and non-governmental organizations. The indicators evaluated were complemented by my personal studies and calculations.

2. Business (Non-Financial) Enterprises and Their Size Differentiation In Bulgaria

In the European Union (EU) accession negotiating process under Chapter 16 – Small and Medium-sized Enterprises Bulgaria undertook to adopt the European definition of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Bulgarian legislation. This happened in the summer of 2006 when, with the last amendments of the Small and Medium Sized Enterprises Act, the current definition was adopted under Commission Recommendation 2003/361.

According to the Small and Medium Sized Enterprises Act1 business enterprises in Bulgaria are divided according to size in micro, small, medium-sized and large on the basis of three main indicators: number of employees, value of assets and annual turnover. In this sense:

Micro enterprises are defined as the enterprises that have:

- Staff headcount of up to 10 employees;
- Annual turnover not exceeding BGN 3,9 million;
- Asset value not exceeding BGN 3,9 million.

Small enterprises are the enterprises that have:

- Staff headcount of up to 50 employees;
- Annual turnover not exceeding BGN 19,5 million;
- Asset value not exceeding BGN 19,5 million.

Medium-sized enterprises are defined as enterprises that have:

- Staff headcount of up to 250 employees;
- Annual turnover not exceeding BGN 97,5 million;
- Asset value not exceeding BGN 84,0 million.

The law does not define *large* enterprises, but they can be defined as business enterprises the indicators of which exceed the upper limit set for the medium-sized ones.

Business enterprises in Bulgaria – economic dimensions

For the period starting with the adoption of the Small and Medium-sized Enterprises Act till the end of 2016 the number of registered business in the country increased significantly. Table 1 presents the dynamics in the number and relative share of operating micro, small, medium-sized and large business enterprises in Bulgaria for the last fifteen years.

Tab. 1: Number and relative share by enterprise size class in Bulgaria for the period 2001-2016

Year	Micro		Small		Medium-sized		Total Micro, small, Medium-sized		Large		Total	
	number	*%*	***number***	*%*	***number***	*%*	***number***	*%*	***number***	*%*	***number***	*%*
2001	188 361	***92,4***	12 183	***5,9***	2 774	***1,4***	203 318	***99,8***	500	***0,2***	203 818	***100***
2002	183 347	***91,2***	14 334	***7,1***	2 955	***1,5***	200 636	***99,7***	521	***0,3***	201 157	***100***
2003	195 780	***90,2***	17 388	***8,0***	3 321	***1,5***	216 489	***99,8***	532	***0,2***	217 021	***100***
2004	198 727	***89,6***	18 855	***8,5***	3 574	***1,6***	221 156	***99,8***	561	***0,2***	221 717	***100***
2005	201 325	***89,1***	20 135	***8,9***	3 929	***1,7***	225 389	***99,7***	586	***0,3***	225 975	***100***
2006	204 431	***88,6***	21 322	***9,2***	4 288	***1,9***	230 041	***99,7***	627	***0,3***	230 668	***100***
2007	228 975	***88,8***	23 646	***9,2***	4 618	***1,8***	257 239	***99,7***	671	***0,3***	257 910	***100***
2008	289 981	***89,8***	26 752	***8,3***	5 439	***1,7***	322 172	***99,7***	831	***0,3***	323 003	***100***
2009	335 929	***91,2***	26 463	***7,2***	5 071	***1,4***	367 463	***99,8***	766	***0,2***	368 229	***100***
2010	337 011	***91,9***	24 457	***6,7***	4 657	***1,3***	366 125	***99,8***	745	***0,2***	366 870	***100***
2011	338 093	***92,3***	23 405	***6,4***	4 266	***1,2***	365 764	***99,8***	702	***0,2***	366 466	***100***
2012	342 934	***92,2***	23 830	***6,4***	4 535	***1,2***	371 299	***99,8***	737	***0,2***	372 036	***100***
2013	348 372	***92,3***	23 768	***6,3***	4 497	***1,2***	376 637	***99,8***	746	***0,2***	377 383	***100***
2014	354 988	***92,5***	23 656	***6,2***	4 509	***1,2***	383 153	***99,8***	752	***0,2***	383 905	***100***
2015	363 905	***92,5***	24 264	***6,2***	4 552	***1,2***	392 721	***99,8***	739	***0,2***	393 460	***100***
2016	371 183	***92,5***	24 747	***6,2***	4 574	***1,1***	400 504	***99,8***	732	***0,2***	401 236	***100***

Source: NCI and personal calculations.

[1] The Act was published in the State Gazette, No 84/24 September 1999, and amended later. Article 2 of the act stipulates that the objective of the act is to establish a favorable and stable institutional end economic environment for setting up and developing small and medium-sized enterprises.

Micro business enterprises in Bulgaria were the largest group in 2016 - 371 183. Their relative share is the largest - 92,5% as compared to the other size classes in the country and they approximate that in the EU28 - 92,7%. Their number doubled for the period 2001-2016. The relative share of people employed in them for 2016 was 30,2% of the total number of employees as compared to 29,2% in the EU28. The sector in which micro business enterprises dominate over the other size classes is C – Wholesale and retail trade, repair of motor vehicles, personal and household goods. Sector I – Hotels and restaurants comes second. The share of added value created by micro enterprises in Bulgaria is 19,3%, the percentage being slightly higher for EU28 – 21,1%. The important fact is that they made a significant contribution to the growth of the total value added of the MSMEs for the period 2008-2016, which increased by 16 %.

In 2016 small enterprises in the country were 15 times fewer than the micro enterprises – 24 747. Despite that fact their number increased twice for the period 2001–2016. Their relative share for the period studied ranged from 5,9% (2001) to 9,2% (2006 and 2007), while in the last three years (2014-2016) their share has remained at 6,2% of all non-financial enterprises in Bulgaria. That share almost coincides with that of small enterprises in EU28 - 6,1%. The relative share of people employed in these enterprises for the last year has been 23,9% of the total percentage of employees as compared to 20,4% for the EU28. They generate 20,6% of the value added in the country as compared to 18,2% for EU28. Enterprises of Sector C – Manufacturing dominate in the small enterprises class in Bulgaria, while those from Wholesale Trade sector come next.

In 2016 medium-sized enterprises were 5,4 times fewer than the small ones. Their relative share for 2011 – 2015 remained 1,2% of the total number of non-financial enterprises with a slight decline of 1,1% in 2016. Thus, the share of medium-sized enterprises in Bulgaria is almost equal to that for EC28 - 1%. In 2016 they were 1,65 times as many as those in 2001. The relative share of employees in them was 22,2% of the total number of employees for 2016, the percentage for EU28 being 17,3%. The increase in the number of people employed in this size class amounts to 75% as compared to 2001. Sector C – Manufacturing is still the dominating economic sector for medium-sized enterprises, although its employment share in this class of enterprises declined from 60% for 2001 to 41% in 2016.

Large enterprises number 732 (2016). Their relative share is 0,2% of the total number of non-financial enterprises as is the case with EC28. Their share remained unchanged for the last eight years (2009-2016), although their number increased by 1,5 times as compared to 2001. In 2016 the relative share of people employed in them was 23,7% of the total number of employees while for EU28 this percentage was 42,2. Large enterprises dominate in three economic sectors: D- Production and distribution of electricity, heating energy and gaseous fuels, B- Mining and Quarrying and C – Manufacturing.

Tab. 2: Comparison of selected indicators for enterprises of different sizes in Bulgaria and EU28 for 2016

Indicator	Value	Total Number	Size classes of enterprises				
			Micro	Small	Medium	Total MSME	Large
ENTERPRISES							
BULGARIA	**number**	**401 236**	**371 183**	**24 747**	**4 574**	**400 504**	**732**
Relative share	**%**	100	92,5	6,2	1,1	99,8	0,2
EU-28	**%**	100	92,7	6,1	1,0	99,8	0,2
EMPLOYEES							
BULGARIA	**number**	**2 126 410**	**642 176**	**508 212**	**472 063**	**1 622 451**	**503 959**
Rel. Share	**%**	100	30,2	23,9	22,2	76,3	23,7
EU-28	**%**	100	29,2	20,4	17,3	66,9	33,1
AVERAGE NUMBER OF EMPLOYEES							
BULGARIA	**number**	**5,3**	**1,7**	**20,5**	**103,2**	**4,1**	**697**
EU-28	**number**	**6,4**	**2,1**	**19,4**	**100,3**	**4,3**	**1010**
ADDED VALUE							
BULGARIA	**€ Billion**	**19**	**4**	**4**	**4**	**12**	**7**
Rel. Share	**%**	100	19,3	20,6	22,2	61,9	38,1
EU-28	**%**	100	21,1	18,2	18,5	57,8	42,2

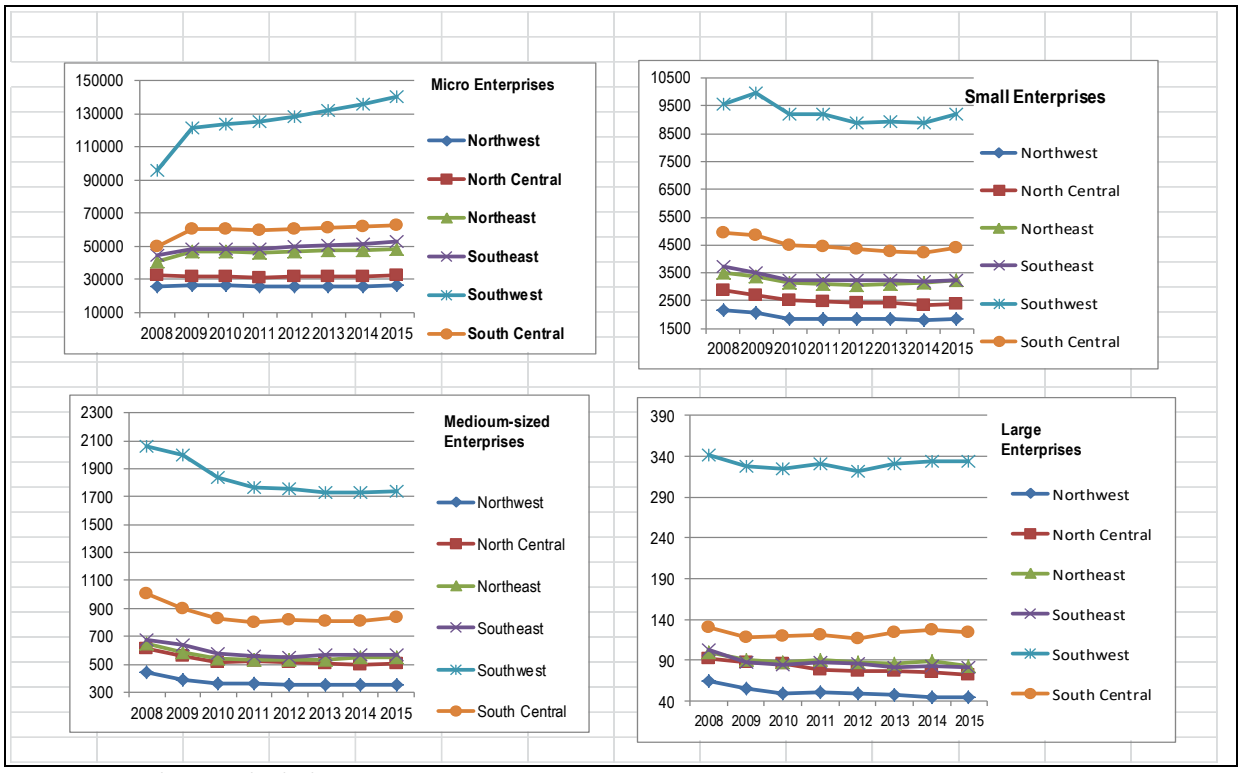
Source: NCI and personal calculations

The dynamics in the number and relative share of micro, small, medium-sized and large enterprises in Bulgaria for the period under study is influenced by different factors, the financial and economic crisis having had the greatest impact. A great number of the enterprises belonging to the bigger size classes have shrunk their

economic activities, thus reducing the number of their employees and moving to a smaller size group. The number of enterprises which suspend, or freeze their business operations is not a small one. On the other hand, there are enterprises which expand their operations. At the same time new business are being established, but they are mainly micro and small ones. Thus the ration between MSMEs and large enterprises in Bulgaria approximates that in EU28 (Table 2).

There are significant regional disparities in Bulgaria regarding the localization of business enterprises belonging to different size classes (Fig. 1). The greatest number of enterprises from the four size classes is located in the Southwest planning region (including Sofia city region, Sofia, Pernik, Blagoevgrad, Kyustendil regions). The South-central planning region (Plovdiv, Pazardzhik, Smolyan, Haskovo, Kardzhali regions) comes next. The number of the same enterprise classes in the other three planning regions – Southwest, Northeast and North-central is relatively smaller, while the current situation is the most unfavourable in the Northwest region.

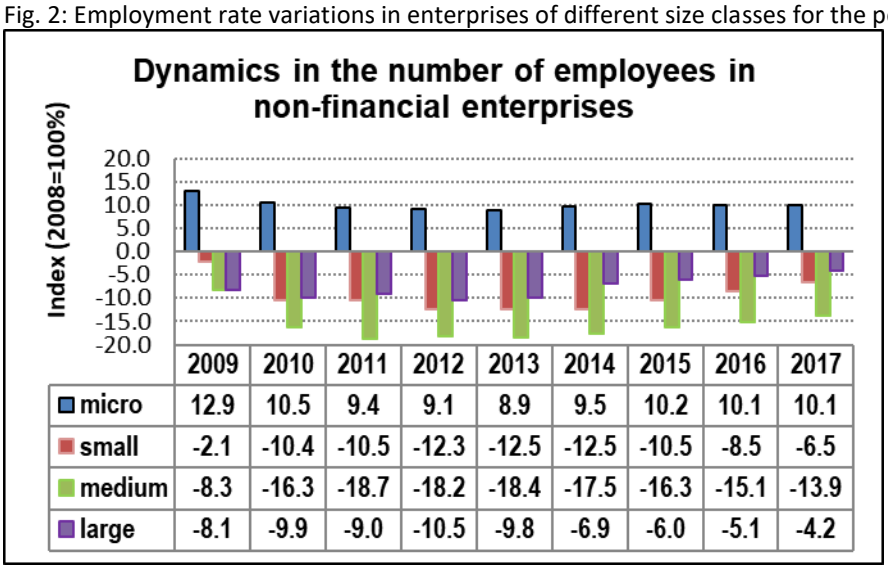
Fig. 1: Regional distribution and disparities in the number of enterprises of different size classes for the period 2008-2015



Source: NCI and personal calculations

Only the total number of people employed in micro enterprises increased in the period under review by 10% on an annual basis. The total number of employees in small, medium-sized and large enterprises has declined in the period 2009-2017 and the employment rate has not been restored yet and has not reached the 2008 level (fig.2)

Fig. 2: Employment rate variations in enterprises of different size classes for the period 2009-2017

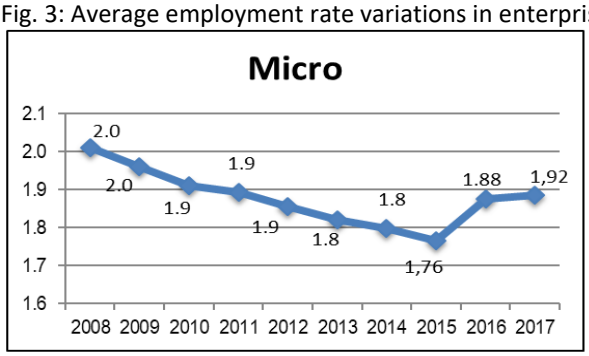


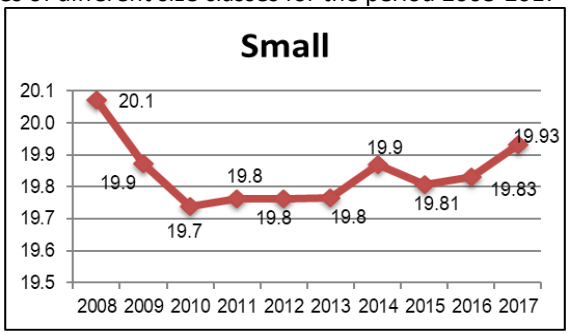
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
micro	12.9	10.5	9.4	9.1	8.9	9.5	10.2	10.1	10.1
small	-2.1	-10.4	-10.5	-12.3	-12.5	-12.5	-10.5	-8.5	-6.5
medium	-8.3	-16.3	-18.7	-18.2	-18.4	-17.5	-16.3	-15.1	-13.9
large	-8.1	-9.9	-9.0	-10.5	-9.8	-6.9	-6.0	-5.1	-4.2

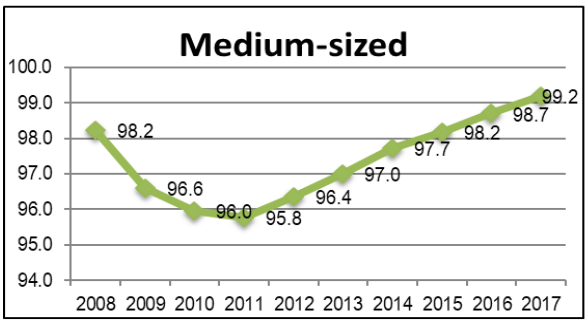
Source: NCI and personal calculations

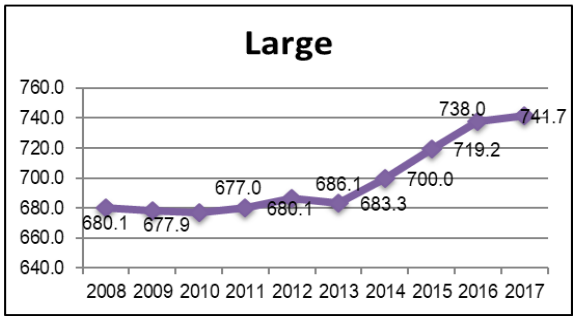
The average number of employees in large and medium-sized enterprises is steadily increasing. In contrast, micro and small enterprises showed slight decrease in 2014-2015, while for the period 2016-2017 there has been an increase (Fig. 3). The average number of employees in micro enterprises is two people; small enterprises employ up to 20 people, while the number of employees in medium-sized enterprises ranges from 96 to 99. Average employment rate is the highest in large enterprises – from 680 people at the beginning of the research period to 742 at the end.

Fig. 3: Average employment rate variations in enterprises of different size classes for the period 2008-2017





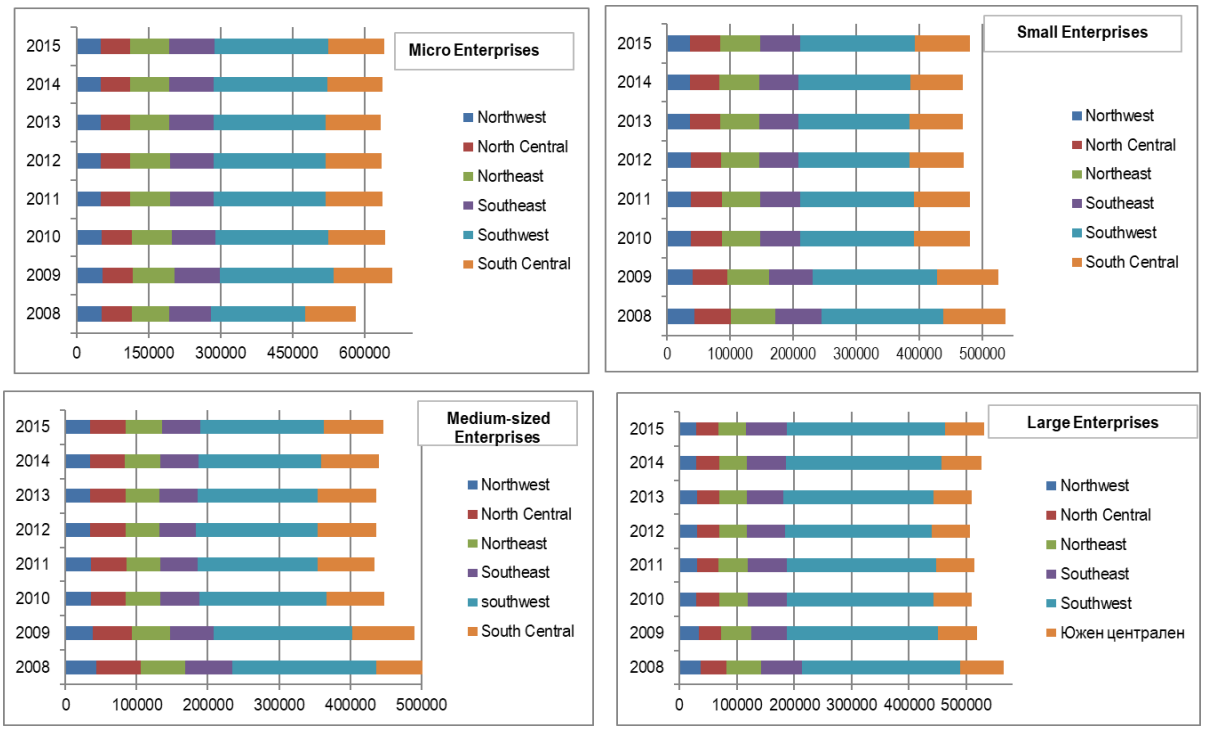




Source: NCI and personal calculations

Significant regional disparities are observed not only in the localization of non-financial enterprises in different planning regions, but, as a consequence of that, similar disparities are found in employment rates. The findings are presented in Fig. 4

Fig. 4: Regional employment disparities in non-financial enterprises of different size classes for the period 2008-2015

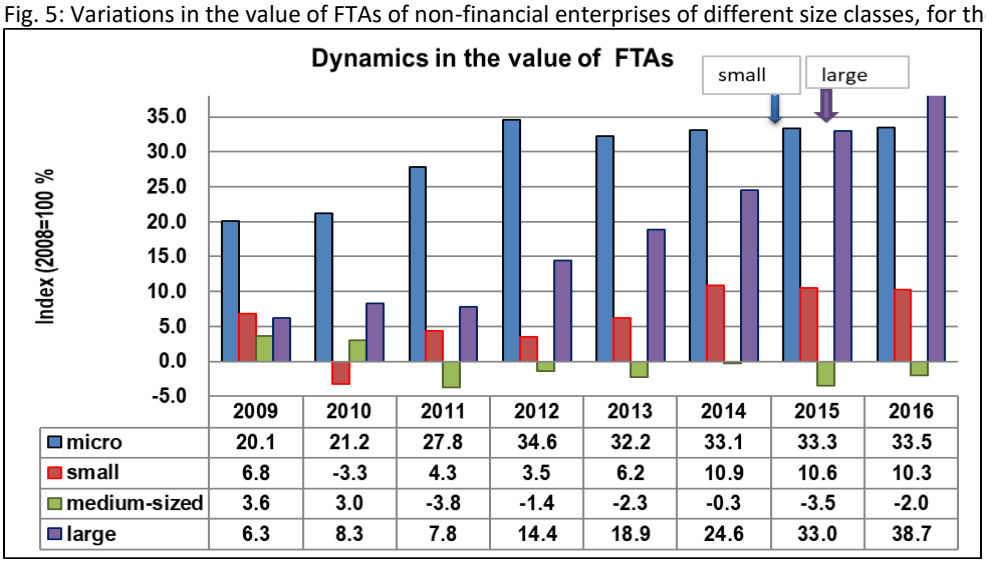


Source: NCI and personal calculations

The highest employment rate for the whole period under study and for the four size classes of non-financial enterprises was registered in the Southwest planning region, followed by the South-central region. The lowest employment rate was observed in the Northwest region, this being a natural consequence of the significantly smaller number of enterprises operating there.

Tangible fixed assets value has been growing mainly in large and micro enterprises, with an increase of almost 33% in 2015 (Fig. 5). There has been an increase in FTAs of small enterprises over the years, but it is insignificant with only the last three years (2914-2016) exceeding 10%. Since 2011 a decrease of the FTAs value in medium-sized enterprises has been observed, the decrease rate ranging from 0, 3% to nearly 4%.

Fig. 5: Variations in the value of FTAs of non-financial enterprises of different size classes, for the period 2008 – 2016



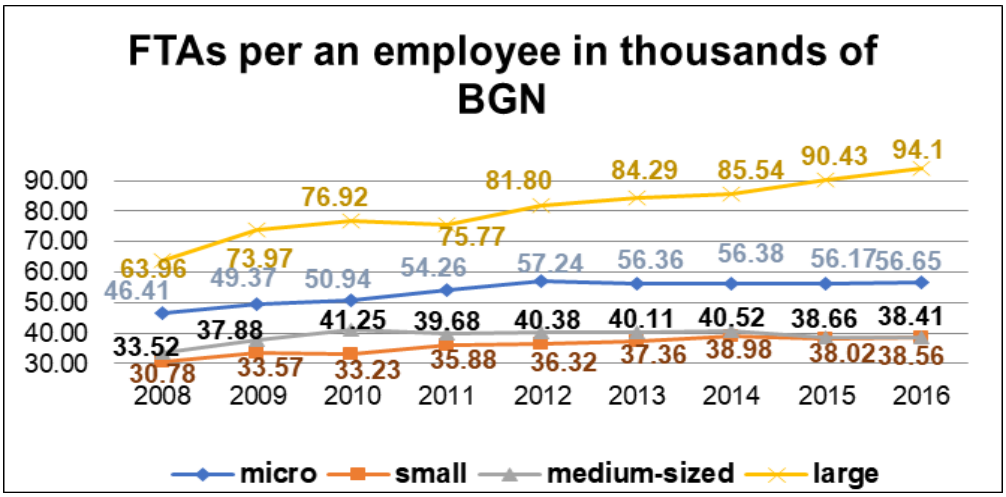
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
micro	20.1	21.2	27.8	34.6	32.2	33.1	33.3	33.5
small	6.8	-3.3	4.3	3.5	6.2	10.9	10.6	10.3
medium-sized	3.6	3.0	-3.8	-1.4	-2.3	-0.3	-3.5	-2.0
large	6.3	8.3	7.8	14.4	18.9	24.6	33.0	38.7

Source: NCI and personal calculations

Large enterprises have the highest provision of FTAs per employee – from BGN 64 thousand (2008) at the beginning of the period to BGN 94 thousand at its end (2016). Micro enterprises are ahead of small and

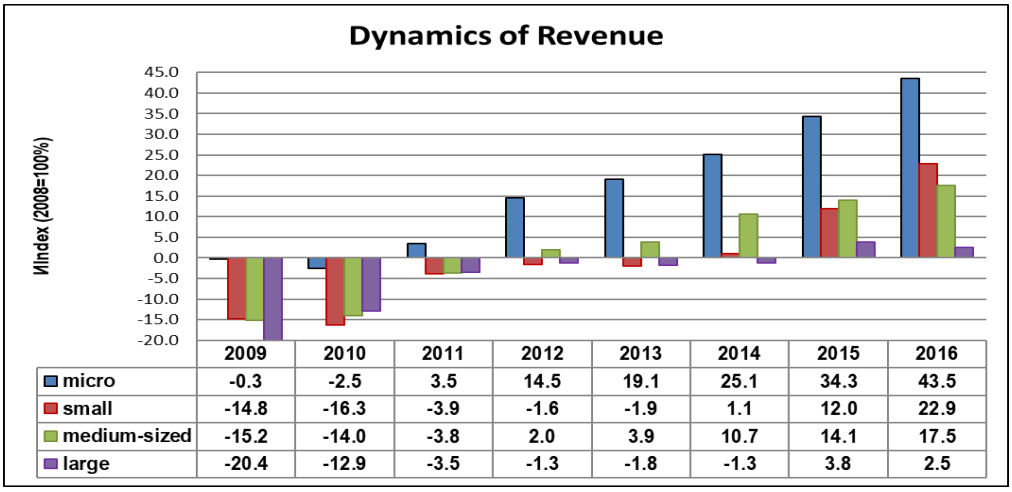
medium-sized ones regarding FTAs provision per an employee – from BGN 46, 4 thousand at the beginning of the period to BGN 56, 6 thousand at its end (Fig. 6).

Fig. 6: Value of FTAs per an employee in non-financial enterprises of different size classes, for the period 2008 – 2016



In 2009 and 2010 all non-financial enterprises in Bulgaria reported a 15% decrease in business revenue as compared to 2008, which is the consequence of the global financial and economic crisis having affected Bulgaria as well (fig. 7). In 2011 only micro enterprises recovered and increased their revenue by about 3, 5%, while since 2012 they have been growing at a faster rate as compared to the other classes of non-financial enterprises in the country.

Fig. 7: Fluctuations of revenue of non-financial enterprises of different size classes in Bulgaria for the period 2008 -2016

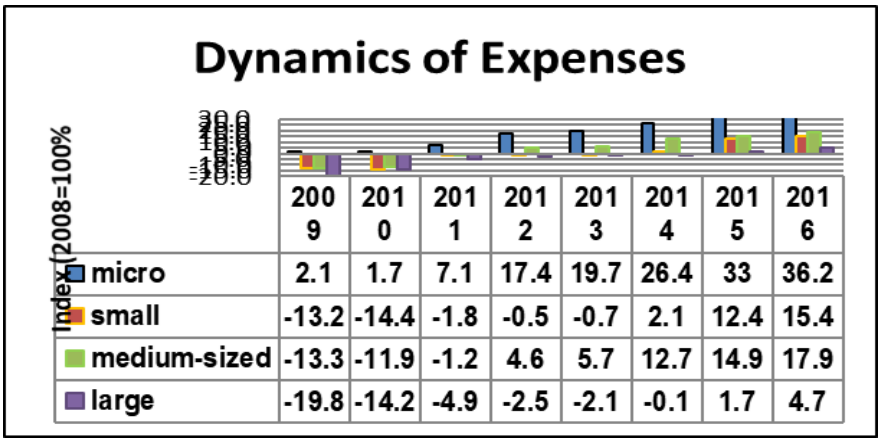


	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
micro	-0.3	-2.5	3.5	14.5	19.1	25.1	34.3	43.5
small	-14.8	-16.3	-3.9	-1.6	-1.9	1.1	12.0	22.9
medium-sized	-15.2	-14.0	-3.8	2.0	3.9	10.7	14.1	17.5
large	-20.4	-12.9	-3.5	-1.3	-1.8	-1.3	3.8	2.5

Source: NCI and personal calculations

In 2009 and 2012 all non-financial enterprises, excluding micro enterprises had a 13% decrease of operating expenses due to decreased production, loss of markets and reduction of staff (fig. 8). In 2014, with the exception of large enterprises, all the other classes (micro, small and medium-sized) of enterprises had an increase of operating expenses, a tendency that can be explained with the gradual overcoming of the effects of the financial and economic crisis and slow recovery of production levels.

Fig. 8: Fluctuations of expenses of non-financial enterprises of different size classes in Bulgaria for the period 2008 -2016

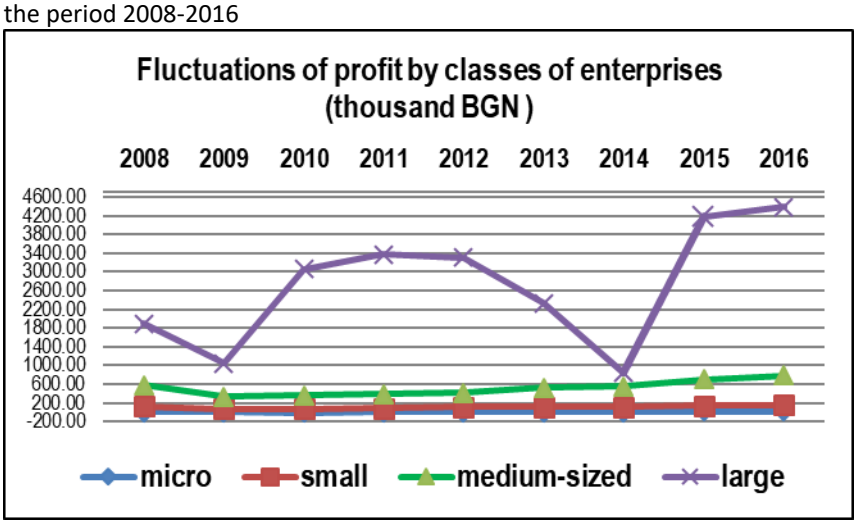


	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
micro	2.1	1.7	7.1	17.4	19.7	26.4	33	36.2
small	-13.2	-14.4	-1.8	-0.5	-0.7	2.1	12.4	15.4
medium-sized	-13.3	-11.9	-1.2	4.6	5.7	12.7	14.9	17.9
large	-19.8	-14.2	-4.9	-2.5	-2.1	-0.1	1.7	4.7

Source: NCI and personal calculations

Large enterprises experienced the most significant fluctuations in average annual profit during the years studied. It was found that it had been the lowest (-60%) in 2014 as compared to 2008 and significantly higher in 2015 and 2016 (Fig. 9 and 10). Micro enterprises reported the most significant decline (-95%) in the average annual earnings in 2010 as compared to 2008, after which the profit rose insignificantly.

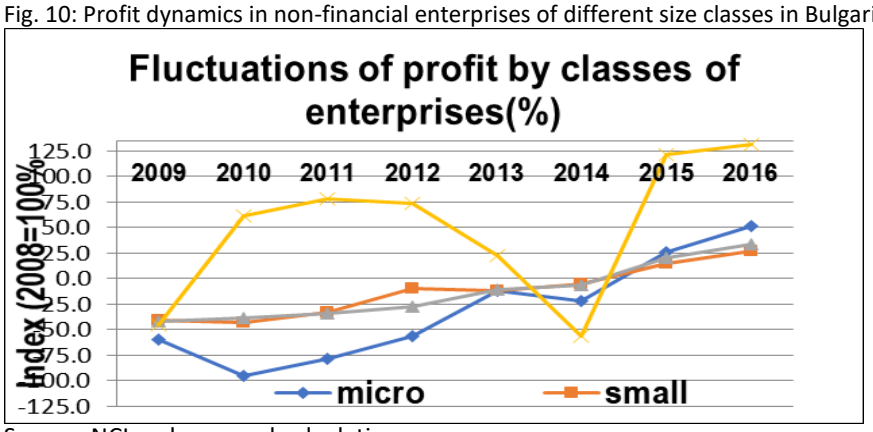
Fig. 9: Fluctuations of profit in thousand BGN of non-financial enterprises of different size classes in Bulgaria for the period 2008-2016



Source: NCI and personal calculations

For the period 2009-2014 small and medium-sized enterprises gradually compensated for the decrease in average annual profit.

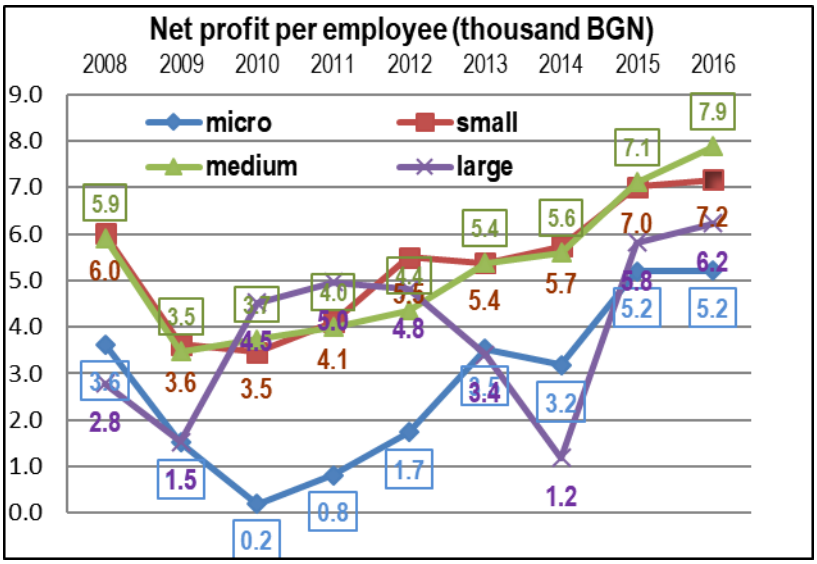
Fig. 10: Profit dynamics in non-financial enterprises of different size classes in Bulgaria in % as compared to 2008



Source: NCI and personal calculations

The net profit per employee in large enterprises has fluctuated over the years, which is evidence of their economic instability. In 2014 the net profit per employee in large enterprises dropped below that in micro, small and medium-sized companies, the fact being explained with investments in FTAs. In small and medium-sized businesses in Bulgaria the net profit per employee, as compared to that in micro enterprises, is higher (fig. 11), but significantly lower than that at the beginning of the period under study. Only in the last two years (2015 and 2016) did it insignificantly get above the level achieved in 2008.

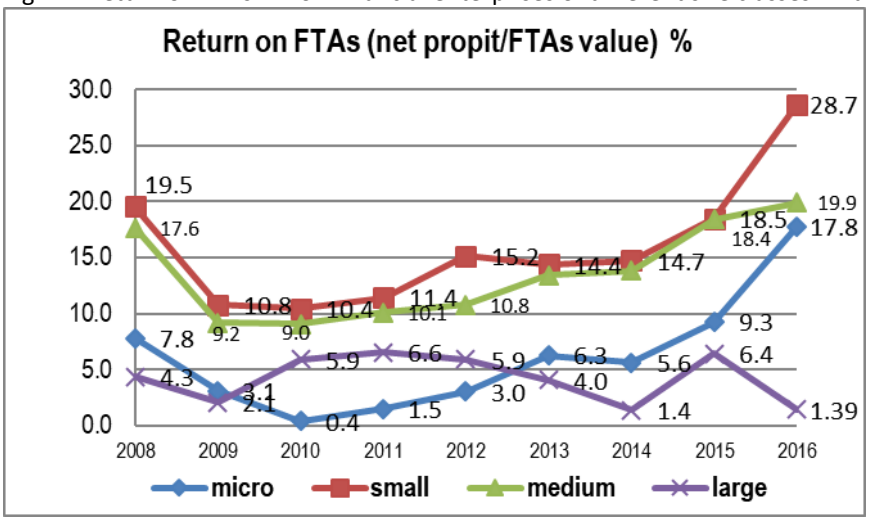
Fig. 11: Net profit per employee in non-financial enterprises of different size classes in Bulgaria for the period 2008-2016



Source: NCI and personal calculations

Small enterprises in Bulgaria, followed by medium-sized ones had the highest return on FTAs for the period studied (fig. 12). That indicator for large non-financial companies was significantly lower over the years. It is found that since 2013 it has been lower than that of micro enterprises, but that is a temporary tendency.

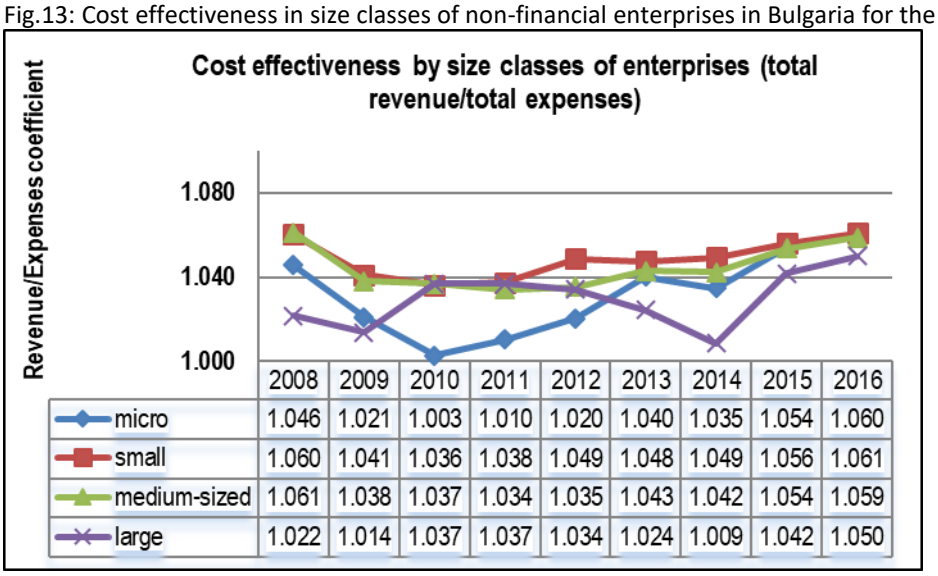
Fig. 12: Return on FTAs in non-financial enterprises of different size classesin Bulgaria for the period 2008-2016



Source: NCI and personal calculations

Small and medium-sized companies show better cost effectiveness (1,035 - 1,061) as compared to micro enterprises (1,003 - 1,060). Large businesses had lower cost effectiveness over the survey period, 2014 having been the most unfavorable year for them with a ratio of 1,009 (fig. 13).

Fig.13: Cost effectiveness in size classes of non-financial enterprises in Bulgaria for the period 2008-2016



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
micro	1.046	1.021	1.003	1.010	1.020	1.040	1.035	1.054	1.060
small	1.060	1.041	1.036	1.038	1.049	1.048	1.049	1.056	1.061
medium-sized	1.061	1.038	1.037	1.034	1.035	1.043	1.042	1.054	1.059
large	1.022	1.014	1.037	1.037	1.034	1.024	1.009	1.042	1.050

Source: NCI and personal calculations

Analytical estimates and basic conclusions

- The negative consequences, caused by the global financial and economic crisis have not been completely overcome in all size classes of non-financial enterprises in Bulgaria. Economic activities, earnings and employment have not been stabilized yet.
- Micro, small and medium-sized companies play a leading role in Bulgarian economy. They also provide more employment opportunities in the country.
- Micro enterprises prove to be the most resilient in crises because they are more flexible and manage to use the financial and economic opportunities available for generating a profit, though not a big one.
- Large enterprises are the least adaptable from the point of view of generating profit under crisis conditions. Explanation can also be sought in the type of ownership (part of these enterprises are state-owned), as well as in the manner of management.
- Small and medium-sized enterprises have difficulties in overcoming the financial and economic crisis. Decapitalization is significant in them and that will have long-term consequences. Their financial and economic capabilities are more limited and their production potential is not upgraded enough. The economic growth, having been observed in them, is poor and noninnovative for the most part.
- Modern economic growth requires constant modernization of production facilities and economic infrastructure – a phenomenon which, with a few exceptions, is not observed in the non-financial sector in Bulgaria.
- There are significant regional disparities in the presence, degree of development and employment in non-financial enterprises in Bulgaria. The Southwest region is the most developed, while the Northwest one has the lowest indicators.
- As far as sectors are concerned, price changes have positive effect on the large electrical and mining enterprises, but they have a short-term impact. If prices are not raised the economic performance of these enterprises starts to deteriorate.
- Stimulation of energy production from renewable energy sources (RES) has a similar positive impact, especially for a part of micro enterprises, but these stimuli are of a temporary nature and cannot generate a sustainable economic growth.
- The policy of enterprises (micro, small and medium-sized) of attracting risk-based capital, which could support their activities and increase revenues, is not active enough. That can easily be explained with the fact that this is a comparatively new sphere for corporate management in Bulgaria. It provides better opportunities for enterprise growth than traditional bank credits, but has specific features and requires higher financial and economic culture and accumulation of relevant experience.

- What business practice shows and economic theories summarize is that micro, small and medium-sized enterprises have an essential role in the economic landscape of any developed country, but it is the large companies that have the leading role. An efficiently functioning economy implies a parallel development of non-financial enterprises of different size, which are prospering through their interaction.

Prospects for the development of business (non-financial) enterprises in Bulgaria

- The prospects for the development of business (non-financial) enterprises of different size classes in Bulgaria are diverse.
- The number of micro enterprises will continue to increase over the next few years, but at a slower pace of around 5%. About 8 to 9% of new micro enterprises (28-30 thousand) are registered in the country every year, while 3 to 4% (10-13 thousand) of them are closed down. Newly created jobs can reach up to 36 thousand per year if the tendency of increase in their number is preserved.
- The number of small businesses is also expected to increase by about 2% (or 510 companies) per year, while the number of medium-sized enterprises will register a 0,5% - 1% increase (about 46 companies) over the next 2 years (2018-2019).Should this increase rate be preserved, small businesses can, by 2020, reach the number registered in 2008, while medium-sized companies shall reach 90% of their 2008 number. Thus, newly created jobs in small businesses may reach about 10 thousand per year, while those in medium-sized ones can reach 4, 5 thousand.
- In contrast to MSMEs in Bulgaria, large non-financial enterprises have less positive prospects for development. The number of this size class is expected to decrease by about 2 to 2,5 % per year (about 14 companies). As a result, employment is expected to decrease by 1 – 1,5%, the percentage amounting to about 11 thousand employees per year. The investments made in fixed tangible assets over the last few years have reduced the need to open new jobs, but that also implies an increase of labour productivity in them.
- According to the European Commission assessment, added value in Bulgarian micro, small and medium-sized enterprises is expected to increase by 5% in 2018; large companies are expected to remain at the level registered during the previous year[2].
- To guarantee a steady trend of revenue growth of non-financial enterprises in the next few years, it is necessary not only to recover domestic consumption in the country to the pre-crisis period level, but also to improve the export opportunities for the export- oriented Bulgarian enterprises. Standardization of products pursuant to the European requirements is a prerequisite for more successful sales and access to European markets.
- A precondition for higher economic efficiency of Bulgarian non-financial enterprises is their active innovation activity. As of the present moment it is insufficient or very timid. The fact is that only 17% of the enterprises in our country have developed and implemented innovations in products and technologies, the percentage being 31 for EU28. In order to develop and increase their innovation activity non-financial enterprises need to intensify their partnership with scientific institutions and universities in the country and abroad.
- Cooperation between Bulgarian business and science is an opportunity that has not been fully exploited by both sides. This results in negative consequences not only for the business and the scientific institutions, but especially for Bulgarian society as a whole. To overcome barriers and establish successful partnerships of the BUSINESS-SCIENCE type, more initiatives on both sides are needed.
- Prosperity and growth come only to the business that “systematically finds and exploits its potential”. Weaknesses and threats to businesses indicate where business potential should be sought, and converting them from development barriers into opportunities is a “key to success”. At the heart of this is the change in thinking and behavior of the enterprise executives, says Peter Drucker in his works.
- Any change in market environment may cause disbalance between the size of the enterprise (micro, small, medium-sized or large) and market requirements. Such a disbalance can be regarded not only as a problem, but as an opportunity as well. Expanding and increasing the size of the existing enterprise is not

[2] Ref. Ares (2016)1796770

the only solution; there is the possibility of merging it with another company, establishing a partnership or a joint venture.

- The size of enterprises in various industries may vary under the influence of different factors – degree of technology development, staff qualification, response to market requirements, etc. This means that the size of the enterprise must adapt to the various changing factors.

4. CONCLUSION

There have been difficulties in periods of crisis in Bulgarian economy for the last two or three decades and they will continue to exist in the future. Creativity in company policy is a guarantee for a successful transition through the turbulence of time. Well-prepared management team can limit the consequences of unforeseen phenomena. Managers' professionalism is a must for corporate prosperity.

It is not always possible for a company to transform its weaknesses and dangers to opportunities, but, as P. Drucker says "it is more profitable to take advantage of the new trend, than to try to overcome it".

In conclusion, I would like to point out that it is a very complex task to solve the existing problems of business enterprises in Bulgaria, but it is not an impossible one. In this sense, I would allow myself to give one of the urgent solutions – increase of the management efficiency of enterprises, which should be seen as a sum of three components: information, company ideas and intelligence of staff employed; all three components used together may be transformed into a creator of added value.

REFERENCES

1. Atanasova T. (2012) Economic Enterprise-subject to management and subject of economy., Iskra-M-I Publishing House, Stara Zagora.; p. 195.
2. Atanasova T., D. Stoyancheca., (2014) Stara Zagora's business opinion on the potential, constraints and opportunities for development, Plenary report of the Development Relations Conference (Impact of science, investments and innovations on the social and economic development of Stara Zagora Region)., dedicated to the 145-th anniversary of the Bulgarian Academy of Science, Regional academic center – Stara Zagora (http://www.chambersz.com/news/12913-konferencia-regionalen-akademichen-center-stara-zagora).
3. Report titled Analysis of the macroeconomic environment, the labour market and the state of enterprises in Bulgaria with a view to the development of human resources, 2015., The analysis was made under Project № BG 051PO001 - 6.1.09 – 0001- Building a system for forecasting the need of labour force with certain characteristics under the Human Resources Development Operational Program., Sofia., p.63.
4. Country report - Bulgaria 2016., including an extensive study on the prevention and correction of macroeconomic imbalances., European Commission., Brussels.
5. Country report - Bulgaria 2017, including an extensive study on the prevention and correction of macroeconomic imbalances. European Commission., Brussels.
6. Bulgaria: 10 years in the European Union., Bulgarian Industrial Association., Sofia.
7. Drucker P. (2010) The practice of management., Classics and Style, Sofia.
8. Economic Review. (2016)., book 4, BNB Sofia.
9. Kiranchev G. (2011) The invisible hands of inter-branch. (http://krizata.blog.bg/biznes).
10. Status, dynamics and perspectives of credit activity in Bulgaria., (2017)., Report of the Institute of Economic studies of the Bulgarian Academy of Sicence., Sofia.
11. Lin, X., Polenske, K.R. (1998) Input-Output Modelling of Production Processes for Business Management, Structural Change and Economic Dynamics, Vol. 9, pp. 205-226.
12. SBA Reference book - 2015 Bulgaria., European Commission, Brussels.
13. http://www.nsi.bg/

The Impact Of Internal And External Factors On The Effects Of Companies From The Use Of E-Marketing

Zarko Markoski, Phd[1] **Margarita Janeska, Phd[2]**

[1]Unit of Local Self-Government In The Municipality of Dolneni, R. Macedonia, E-mail: zarmar07@yahoo.com

[2]University "St. KlimentOhridski" – Bitola, Faculty of Economics – Prilep, E-mail: mjaneska@yahoo.com

Abstract: E-marketing represents the use of information technology in the process of value creation and communication with consumers, thereby ensuring the management of customer relations in a way that contributes to companies and other stakeholders. The biggest benefit arising from the use of the Internet is a complete turning of attention to the user and his needs. Understanding the user and his needs and the quality representation of companies on the Internet is the only correct way of communication in the online environment. The presence of the user and companies on the Internet makes sense and success only if there is a well-thought-out marketing strategy for the internet, which will lead to constant communication of the companies with the potential, the existing and the future consumers and business partners, due to the improvement of the sale of the products and services. Every company, regardless of its size and business orientation, should strive to implement e-marketing in its marketing strategy. Evaluating the effectiveness of the use of e-marketing is determined by measuring the marketing performances that are key to the success of the company. Measuring the effects of implementing e-marketing is important and influences the trust that top management has in the employees in the marketing department and marketing programs. The future of e-marketing will depend on the effects that companies receive from its use and implementation, and this is determined by establishing precise metrics for what we want to measure. The subject of research in this scientific paper is to determine the effects that companies achieve from the introduction of e-marketing and the impact of internal and external factors on these effects. For the realization of this scientific paper descriptive research has been applied, a data collection technique is used using a structured unwashed questionnaire in which they are used, scales allowing the resident to express the intensity of their feelings and gain deeper knowledge. Descriptive research was conducted on a single basis on the territory of the Republic of Macedonia for a period of 6 months with a sampling method. The sample includes companies from different sectors of activity. In order to determine the overall impact of internal and external factors on the effects of the introduction of e-marketing is apply a multiple linear regression, a multiple correlation coefficient and a coefficient of determination are calculated and a "t-test" is implemented.

Key words: e-marketing, effects, internal factors, external factors, correlation coefficient, t-test.

Introduction

Under the influence of information technology, traditional marketing is influenced in direction of creating new business models between companies and consumers that create added value for consumers build relationships with consumers and increase the profitability of the company. E-marketing is not a set of quality-related techniques for the promotion of products and services on the Internet. E-marketing begins at the moment the user joins the Internet, at the moment of connecting to a particular web site, etc. The biggest benefit arising from the use of the Internet is a complete turning of attention to the user and his needs.

The presence of the Internet makes sense and success only if there is a good marketing strategy for working online, which will lead to constant communication of companies with potential, existing and future consumers and business partners, due to improved sales of products and services. Companies to remain successful on the market need to know the internal and external factors well which are connected. The operation of the companies is characterized by a very turbulent environment, where a number of factors can have a major impact on the company's operations. On the other hand, the development of technology, economic globalization and many other external and internal circumstances lead to a change in marketing activities. The aim of the marketing is the buyer, i.e. the essence of the marketing concept is satisfying the customers better than the competition does. It is assumed that changes in the environment are mainly associated with changes in technology, but also with economic and sociological changes. The influence of internal factors in this scientific work is represented through the human and financial resources, technical infrastructure, the types of products and services and the size of the company. On the other hand, external factors are represented through the company's market share, business orientation and competition. E-marketing today is becoming a recognizable new way of working in many companies that focus their needs on the needs of their customers. Every company, regardless of its size and business orientation, should focus on it in its marketing strategy to

implement e-marketing. The future of e-marketing will depend on the effects that companies receive from its use and implementation, and this is determined by establishing precise metrics for what we want to measure.

Methodology of the Research

For the realization of this scientific paper descriptive research has been applied, a data collection technique is used, using a structured questionnaire in which are used scales allowing the resident to express the intensity of their feelings and gain deeper knowledge. Descriptive research was conducted on a single basis on the territory of Republic of Macedonia for a period of 6 months with a sampling method. The sample includes companies from different sectors of activity. Out of the total number of surveyed companies, 1463 questionnaires were returned. The data are tabulated in order to present the findings in a transparent manner. The survey questionnaire used in the survey consists of twelve statements related to the effects of the introduction and implementation of e-marketing. The statements comprise a five-degree Likert scale.

In this particular case, since the data are measured with an interval scale, for the analysis of data is calculated the arithmetic mean, and is determined the statistical significance, standard deviation and correlation. In order to determine the impact of internal and external factors on the effects of the introduction and implementation of e-marketing, the data on internal and external factors were taken from the research in the scientific paper 'The influence of the internal and external factors on the readiness of the companies in Republic of Macedonia for the implementation of e-marketing'[1]. Having in mind the size of the sample, the proposed methodology and professionalism in answering the questions, the results of this research can be considered as representative and they can be generalized about the total number of registered companies in Republic of Macedonia.

Results of Research and Analysis

In table 1 are given the total results for each of the statements from a total of 1463 surveyed companies. In the following, tables 1,2 and 3 for the given results are calculated the arithmetic mean and the standard deviation and are given concrete conclusions about the effects of the introduction of e-marketing and the impact of internal and external factors on the effects of the introduction of e- marketing.

Table 1: Results of the research[2]

Statement	*Results of surveyed companies by sector of activity and number of employees from Section3. Effects of the introduction and implementation of e-marketing in companies*	I completely disagree	I disagree	Neutral	I agree	I completely agree
1	The use of e-marketing enables us to complete the tasks more quickly.	34	46	343	736	304
2	The use of e-marketing improves the quality of work.	35	64	293	736	335
3	The use of e-marketing increases the productivity of employees.	26	150	472	594	221
4	The introduction of e-marketing leads to: new sales.	0	45	236	785	397
5	The introduction of e-marketing leads to: new customers.	0	49	95	819	500
6	The introduction of e-marketing leads to: increased profits.	24	140	214	729	356
7	The introduction of e-marketing leads to: a better relationship with consumers.	1	95	269	749	349
8	The introduction of e-marketing leads to: reducing sales	16	187	390	607	263

[1] Markoski Zarko, Janeska Margarita, The influence of the internal and external factors on the readiness of the companies in Republic of Macedonia for the Implementation of e-Marketing, Fifth International Scientific Conference 'Modern managerial challenges and organizational sciences', BAS Institute of Management, Bitola, 2018

[2] Source: Own research

	costs.					
9	The introduction of e-marketing leads to: new markets.	1	31	202	804	425
10	The introduction of e-marketing leads to: increasing consumer satisfaction.	19	94	436	652	262
11	The introduction of e-marketing leads to: adjusting the products.	20	115	502	651	175
12	The introduction of e-marketing leads to: increasing the value of the brand.	27	51	198	791	396

Table 2: Arithmetic mean (M) and Standard deviation (SD), values for the effects of companies from the implementation of e-marketing[3]

Statement	Independent Variable (Company Effects)	M	SD
1	The use of e-marketing enables us to complete the tasks more quickly	3,84	0,87
2	The use of e-marketing improves the quality of work.	3,87	0,90
3	The use of e-marketing increases the productivity of employees.	3,57	0,93
4	The introduction of e-marketing leads to: new sales.	4,05	0,74
5	The introduction of e-marketing leads to: new customers.	4,21	0,70
6	The introduction of e-marketing leads to: increased profits.	3,86	0,95
7	The introduction of e-marketing leads to: a better relationship with consumers.	3,92	0,83
8	The introduction of e-marketing leads to: reducing sales costs.	3,62	0,96
9	The introduction of e-marketing leads to: new markets.	4,11	0,71
10	The introduction of e-marketing leads to: increasing consumer satisfaction.	3,71	0,88
11	The introduction of e-marketing leads to: adjusting the products.	3,58	0,85
12	The introduction of e-marketing leads to: increasing the value of the brand.	4,01	0,84
Average arithmetic mean value (M) and standard deviation (SD):		**3,86**	**0,87**

From the data in Table 2 can be concluded that with the introduction and implementation of e-marketing, most of the companies positively reported that, they came to new consumers (M = 4.21), and less to increase the productivity of the employees and adjustment of products (M = 3.58). The average value for the benefits of the companies is (M = 3.86) and shows that the companies have positive effects from the introduction and implementation of e-marketing.

From the standard deviation data (deviation from the arithmetic mean) can be concluded that the standard deviation has the greatest value for the statement A8 'The introduction of e-marketing leads to: decrease in the cost of sales' (SD = 0.96), which means that many companies do not have a consistent position for the particular statement, i.e. they have differences in the answers. On the other hand, the default deviation has the lowest value for the statement A5 'The introduction of e-marketing leads to: new customers' (SD = 0.70), which means that many companies have a consistent position for the particular statement, they do not have differences in the answers.

According to the previous analysis, the data on the effects of the companies indicate that, with the introduction and implementation of e-marketing, most of the companies come to new consumers.

In Table 3 are shown the values for statements for internal factors, expressed as arithmetic meanings, and values for standard deviation.

Table 3: Arithmetic mean (M) and Standard deviation (SD), values for internal factors[4]

Statement	Independent variable (internal factors)	M	SD
1	We consider it easy to use e-marketing tools to perform the work (eg Internet, email, mobile phone, etc.)	4,32	0,72
2	E - marketing tools are in line with the values of our company and are integrated into the marketing strategy.	3,96	0,92

[3] Source: Own calculation

[4] Markoski Zarko, Janeska Margarita, The influence of the internal and external factors on the readiness of the companies in Republic of Macedonia for the Implementation of e-Marketing, Fifth International Scientific Conference 'Modern managerial challenges and organizational sciences', BAS Institute of Management, Bitola, 2018

3	The attitude of our employees is aimed at adopting e-marketing.	3,59	0,97
4	There is support from the top management for introducing e-marketing.	3,76	0,94
5	We have a good technical infrastructure to support e-marketing (eg Hardware, networks, Internet connectivity, etc.)	3,82	1,00
6	We conduct e-marketing because we have sufficient financial resources.	3,21	1,03
7	The types of products affect our decisions for introducing e-marketing.	3,66	0,94
8	We will introduce e-marketing regardless of our national or international business orientation.	3,75	0,94
9	The size of the company affects our decision to introduce e-marketing.	3,41	1,12
	Average arithmetic mean value (M) and standard deviation (SD):	**3,72**	**1,00**

In Table 4 are shown the values for statements, external factors, expressed as arithmetic means and values for standard deviation.

Table 4: Arithmetic mean (M) and Standard deviation (SD), values for external factors5

Statement	**Independent variable (external factors)**	**M**	**SD**
10	Competitive pressure has an impact on the introduction of e-marketing.	3,77	0,99
11	We accept e-marketing to avoid losing market.	3,71	0,92
12	Our customers do not want to buy online.	3,15	1,01
13	Our customers prefer to buy in cash, rather than paying electronically.	3,27	1,15
14	Customers do not usually believe in e-marketing tools for security reasons.	3,27	0,91
	Average arithmetic mean value (M) and standard deviation (SD):	**3,44**	**1,03**

In order to determine the overall impact of internal and external factors on the effects of the introduction of e-marketing, in passing, the statements describing the internal and external factors and effects is carried out a multiple linear regression, it is determined a multiple correlation coefficient, coefficient of determination and a 't-test' is implemented in order to determine the overall impact of internal and external factors on the use of e-marketing tools.

The obtained results determine the multiple regression equation: $Y = -1347,46 + 0,72X1 + 2,07X2$ which represents the regression plane of the sample and lies between the points that represent empirical data for the sample and from all possible planes there is the smallest amount of vertical square deviations.

The equation determines that, individually, the most significant influence on the effects of the introduction of e-marketing have external factors in relation to internal factors. On the other hand, the values for the multi-correlation coefficient is $R = 0.996$ and the coefficient of determination $R^2 = 0.993$ shows that between the effects of the introduction of e-marketing and the overall impact of internal and external factors there is a very strong correlation and the overall impact of internal and external factors on the effects of the introduction of e-marketing accounted for ***99.3%.***

From the calculation for the 't-test' for degrees of freedom n-2 and the significance level of 0.05, it is concluded that there is a very strong connection between the independent variables and the dependent variable and that the results obtained are statistically significant and can be generalized to all companies in Republic of Macedonia. The results of the analysis are given in the list of outputs in Table 5.

[5] Markoski Zarko, Janeska Margarita, The influence of the internal and external factors on the readiness of the companies in Republic of Macedonia for the Implementation of e-Marketing, Fifth International Scientific Conference 'Modern managerial challenges and organizational sciences', BAS Institute of Management, Bitola, 2018

Table 5: Listing of output results in Excel

SUMMARY OUTPUT								
Regression Statistics								
Multiple R	0.996969938							
R Square	0.993949057							
Adjusted R Square	0.987898114							
Standard Error	1508.137864							
Observations	5							
ANOVA								
	df	*SS*	*MS*	*F*	*Significance F*			
Regression	2	747228003.2	373614001.6	164.263494	0.006050943			
Residual	2	4548959.632	2274479.816					
Total	4	751776962.8						
	Coefficients	*Standard Error*	*t Stat*	*P-value*	*Lower 95%*	*Upper 95%*	*Lower 95.0%*	*Upper 95.0%*
Intercept	-1347.458529	1173.145915	-1.148585621	0.369560432	-6395.098004	3700.1809	-6395.098	3700.180946
X1	0.719372347	0.34530363	2.083303747	0.172624466	-0.766349261	2.205094	-0.7663493	2.205093955
X2	2.076402456	0.447219094	4.642919959	0.043392199	0.152174002	4.0006309	0.152174	4.000630909
RESIDUAL OUTPUT								
Observation	*Predicted Y*	*Residuals*						
1	-956.820446	1159.820446						
2	2504.778091	-450.7780906						
3	11489.46537	-539.4653665						
4	32335.9323	1076.067702						
5	21160.64469	-1245.644691						

Conclusion and Recommendations

The analysis of the survey data confirms that internal and external factors together have a major impact on the effects of the introduction of e-marketing. On the other hand, external factors have the greatest influence. This shows that the loss of the company's market share, the change in the company's business orientation and the activities of the competition, have a strong impact on the company's effects from the introduction of e-marketing.

In the context of this conclusion, companies should constantly monitor the activities of competition and market conditions in order to improve the use of e-marketing tools in their operations. But also in their companies they need to form a marketing sector in order to introduce e-marketing as a new way of doing business.

References

Acker, A.D., Kumar, V., Day, S.G. (2009), Marketing Research, macedonian language edition published by TABERNAKUL – Skopje

Basesca M., Sekuloska N. (2004), Marketing Research: Information Input for Marketing and Management, Faculty of Economics – Skopje

Jakjovski B., Ristevska-Jovanovska S. (2004), Marketing, Faculty of Economics, Skopje

Kotler F. and all. (2004), Principles of marketing, , tenth edition, Prentice Hall International Inc., Upper Saddle River, N.J.

Lakic, N., Maletic, R. (1996) Collection of tasks from statistics, Scientific Book, Belgrade, second edition

Laudon Kenneth K. (2010), Electronic Trade, publishing house ARS LAMINA, Skopje

Meirman Scott D. (2012), The New Rules of Marketing, Publishing House PUBLISHER, Skopje.

Nikoloski D. (2008), Illustrated manual for Microfit 4.0 with a collection of solved tasks in econometrics, Faculty of Economics - Prilep

Tracy B. (2015), Marketing, publishing house PUBLISHER, Skopje

Varagikj D. (2002), The Guide to Heaven and Hell of Internet Marketing, advising on creating a successful business presence on the Internet - Novi Sad

APPENDIX

Questionnaire

1. In which sector does your company belong? (Specify below).

_____

1. Effects of the introduction and implementation of e-marketing in your company.

	For each given statement, highlight in the appropriate field	I completely disagree	I disagree	Neutral	I agree	I completely agree
1.	The use of e-marketing enables to complete the tasks more quickly.					
2.	The use of e-marketing improves the quality of work.					
3.	The use of e-marketing increases the productivity of employees.					
4.	The introduction of e-marketing leads to: new sales.					
5.	The introduction of e-marketing leads to: new customers.					
6.	The introduction of e-marketing leads to: increased profit.					
7.	The introduction of e-marketing leads to: a better relationship with consumers.					
8.	The introduction of e-marketing leads to: reducing sales costs.					
9.	The introduction of e-marketing leads to: new markets.					
10.	The introduction of e-marketing leads to: increasing consumer satisfaction.					
11.	The introduction of e-marketing leads to: product customization.					
12.	The introduction of e-marketing leads to: increasing the value of the brand.					

Türkiye'de Tohumculuk Sektörünün Genel Yapısı

Doç. Dr. Arif SEMERCİ[1*] **Dr. Öğr. Üyesi Bengü EVEREST[1]** **Prof. Dr. Sibel TAN[1]**

[1] Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, *arifsemerci69@gmail.com

Özet: Son yıllarda bitki ıslah çalışmalarında özellikle biyoteknoloji alanında meydana gelen gelişmeler tohumluk sektörünü endüstriyel bir boyuta taşımıştır. Tarımsal üretimde nitelikli tohumluk kullanımı ile üretimde kaliteli ve verimi yüksek ürün elde edilmeye başlanmıştır. Dünyada tohumluğun ticari bir meta olarak görülmesi bu sektörün ekonomik boyutuyla önemli bir aşama kat etmesine neden olmuştur. Günümüz dünyasında tohum piyasasının değeri 45 milyar ABD$, dış ticaret hacmi ise 21 milyar ABD$ düzeyine ulaşmıştır. Türkiye 2016 yılında 202 milyon ABD$ tohum alımı, 153 milyon ABD$ tohum satımı yapmıştır. Diğer bir ifade ile tohum dış ticaretinde Türkiye'nin yaklaşık 50 milyon ABD$ düzeyinde açığı bulunmaktadır. Türkiye'de tohumluk üretiminde 2002-2016 yılları arasında 6,6 kat artış sağlamıştır. Ülkede sertifikalı tohumluk üretiminin ve kullanımının yaygınlaşmasında 2005 yılında başlayan yurt içi sertifikalı tohum kullanımı ve üretiminin desteklenmesi uygulaması önemli bir rol oynamıştır.

Anahtar Kelimeler: Tarım, Tohum, Tohumculuk Sektörü, Ticaret, Türkiye.

General Structure of Seed Industry in Turkey

Abstract: In recent years the seed sector has become an industrial subject due to developments in biotechnology and plant breeding. Therefore, quailty and productivity in agricultural production have increased thanks to the use of qualified seeds. The global seed market value is around 45 billion USD, and the global export value is around 21 billion USD. In 2016, Turkey's seed import value was 202 million USD, and its seed export value was 153 million USD. In other words, there was a gap of 50 million USD in Turkey's foreign trade of seed. Turkey's seed production increased 6,6 times between 2002 and 2016. The subsidy programs that began in 2005 for certified seed production and certified seed usage, contributed to Turkey's seed industry significantly.

Key Words: Agriculture, Seed, Seed Industry, Trade,Turkey.

1. GİRİŞ

Hızla büyüyen dünya nüfusu ile birlikte ortaya çıkan beslenme sorunlarının yanısıra, gıda güvenliği, sanayi sektörüne hammadde temini, tarladan sofraya kadar izlenmesi ve kontrol altında tutulması gereken tarımsal üretim koşulları bakımından tarım sektörünün önemini bir kat daha artırmıştır.

Sınırlı kaynaklarla sınırsız ihtiyaçlara cevap verme sanatı olan ekonomi bilimine göre bitkisel ve hayvansal üretimi artırmanın öncelikli yolu birim alandan/bitkiden/hayvandan elde edilen verim düzeyinin artırılmasından geçmektedir. Tarımsal üretimde verimliliği etkileyen çok sayıda değişken bulunmakla birlikte tohumluk üretim miktarı ve kalitesi verimliliği etkileyen faktörler arasında ilk sıralarda yer almaktadır. Tohumluk yakın zamana kadar sadece bitkisel üretimde ana kaynak olarak değerlendirilirken, bugün bitki sağlığının ve daha da önemlisi gıda güvenliğinin temeli ve başlangıç noktası olarak görülmektedir.

Son yıllarda bitki ıslah çalışmalarında biyoteknoloji alanında meydana gelen gelişmelerin bir sonucu olarak tohumluğun önemi daha da artmış, tohum endüstriyel bir nitelik kazanmıştır. Yoğun çaba ve gayretlerle uzun bir dönem sonucunda elde edilen yüksek nitelikli tohumluklar uygun ekolojik ortam ve yetiştirme tekniklerinin kullanımı sonucu daha verimli ve kaliteli ürün elde edilmesini sağlayarak tarımsal anlamda ülkelerin rekabetçiliğini doğrudan etkilemeye başlamıştır.

Tarımda üretim ve verimliliği yükseltecek toprak, su, gübre ve mekanizasyon kaynaklarının yararını artıracak, hastalık ve zararlılara karşı bitkiyi dirençli kılabilecek temel girdilerden biri de tohumluktur. Yüksek nitelikli tohum kullanımı ürünün verimi ve kalitesinde %20-25'e yakın bir artış sağlayabilmektedir. Tohumluk, tarımsal verimlilik ve üretimin artırılmasında, üretim maliyetinin düşürülmesinde Türkiye için en temel ve önemli bir teknolojik girdi durumundadır (Çelik, 2000: 10).

Literatürde dünya geneli ve Türkiye özelinde tohumculuk sektörünün yapısının ortaya konulmasına ve ileriye yönelik durum tahminine ilişkin çalışmalar bulunmaktadır (Howard, 2009:1266; Gençtan ve ark., 2005:803; Özkaya, 2014:720; Prasannan, 2017:15). Elçi (2000:859) çalışmasında Türkiye'de tohumculuğun durumu ve gelişimi konusunda değerlendirmelerde bulunmuş, tarımsal üretimi artırmada önemli görülen ilk faktörün tohumluk olduğu sonucuna varmıştır. Altındal ve Akgün (2007:27) yapmış oldukları çalışmada Türkiye'nin

dünyanın gelişmiş ülkeleri arasına girmesinin tohumculuk endüstrisinin gerekli teknik ve alt yapıyı oluşturmasına, tarafsız bir şekilde kurumsal yapı haline getirilmesine ve yeni çıkan tohumculuk kanunun uygulanabilirliğine bağlı olduğu sonucuna varmıştır.

Saraçoğlu (2013:7) tarafından yürütülen bir araştırmada Türkiye'de tohumculuk sektörünün genel yapısının ortaya konması, firmaların uyguladıkları pazarlama stratejileri ve üreticilerin tohumluk satın alma davranışlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma için 52 adet tohumculuk firması ve Trakya bölgesinde faaliyette bulunan ve örnekleme yöntemi ile belirlenen 680 adet üretici ile yüz yüze görüşmeler yapılmış, elde edilen veriler analiz edilerek yorumlanmıştır. Ayrıca çalışmada Türkiye'de tohumculuk sektörünün genel yapısı SWOT analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda ülkenin sahip olduğu yüksek tarım potansiyeli, iklim ve coğrafi zenginliği, dinamik insan gücü, verimlilik ve ürün kalitesindeki olumlu gelişmeler sektörün güçlü yanları olarak belirlenmiştir.

Şahin ve ark.(2013:73) çalışmalarında Türkiye'de tohumculuk sektörünün analizini yapmışlardır. Çalışmada elde edilen önemli sonuçlardan biri ise Türkiye topraklarında kullanılan tohumların sadece %6,5'inin ithal, %93,5'inin yerli olmasıdır. Konya ilinde yürütülen bir araştırmada tohumluk üreten işletmelerin yapısal analizi yapılmıştır. Yürütülen araştırmada tohumluk üreten işletmelerin personel yapısının ağırlıklı olarak idari personel ve işçilerden oluşması, laboratuvar varlıklarının yeterli düzeyde olmaması ve Ar-Ge projesi yürüten işletme sayısının az olması nedeniyle işletmelerin ürün ıslah ve çeşit geliştirme faaliyetlerinden ziyade sertifikalı tohum üretme faaliyetlerine ağırlık verdikleri sonucuna varılmıştır (Çelik ve Nazlı, 2014:124). Erdem ve Yücel (2015:90) yapmış oldukları çalışmada Türk tarım sektöründe tohumluk kullanımı ve verimlilik ilişkisini incelenmişlerdir.

Bağcı ve Yılmaz (2016) ise çalışmalarında Türkiye tohumculuk sektöründeki gelişmeler ile bu gelişmelerin sertifikalı tohumluk kullanımına ve verim üzerine muhtemel etkilerini incelenmişlerdir. Çalışmada tohumculuk kanunu, sertifikalı tohumluk üretimi, kullanımı ve ticareti konularında bilgiler verilmiştir. Aksoy ve ark. (2017:133) çalışmalarında, tohum üretiminde yıllar itibariyle Dünya ve Türkiye'yi kıyaslamışlar, Türkiye'deki mevcut durumu ve sorunları ortaya koyarak sektörün gelişmesi için öneriler ortaya koymuşlardır.

Konu ile ilgili olarak Türkiye Tohumculuk Endüstrisi Derneği (TÜRK-TED),Tohum Sanayicileri ve Üreticileri Alt Birliği (TSUAB) ve Ekonomi Bakanlığı tarafından Türkiye'de tohumluk üretimi ve ticaretine yönelik çeşitli raporlar hazırlamışlardır (TÜRK-TED,2009, 2016; TSUAB, 2016; Ekonomi Bakanlığı, 2016;). Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı (GTHB) ise 5553 Sayılı Tohumculuk Kanunu'nun 10. yılı sebebiyle özel bir çalışma yayınlamıştır (GTHB, 2016). Aynı kuruluşa bağlı Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü (TİGEM) tarafından 2016 yılında Türkiye'de tohumculuk sektörünün yapısal bir analizi yapılmıştır (TİGEM,2016).

Bu çalışmada; Türkiye'de ve dünyada tohumculuk sektörünün tarihsel gelişimi, ekonomik yapısı, tohum dış ticareti ve tohumculukla ilgili yasal mevzuat ortaya konulmuş, tohumculuk sektörünün teşkilatlanma yapısı incelenmiştir. Çalışma sonunda sektörün mevcut sorunlarına yönelik çözüm önerilerine yer verilmiştir.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Bu çalışmada materyal olarak ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşların üretim ve dış ticaret verileri, konu ile ilgili yürütülen araştırmalar ve hazırlanan raporlardan yararlanılmıştır. Bu kapsamda Özellikle International Seed Federation (ISF), GTHB, Türkiye Tohumcular Birliği (TÜRKTOB), TÜRK-TED, Tohum Sanayicileri ve Üreticileri Alt Birliği (TSÜAB) verileri ve raporlarından faydalanılmıştır. Çalışma kapsamında tohumluk üretimi ve kullanımına yönelik olarak verilen desteklerle ilgili birim fiyatları ve yapılan toplam ödemelerle ilgili bilgiler ayrıntılı tablolar halinde verilmiştir. Çalışmada tohumluk sektörünün genel durumuna ait hazırlanan veriler tablolar haline getirilerek yorumlanmıştır.

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

3.1. Dünyada ve Türkiye'de Tohumculuk Sektörü

19. yüzyıl sonlarına doğru dünya genelinde ilk ulusal tohumculuk laboratuvarı ve beraberinde kalite güvence sistemleri görülmeye başlanmıştır. Zaman içerisinde başta ıslahçı hakları ve uluslararası tohum üretim ve sertifikalandırma sistemleri gibi bir dizi yeni kuruluş ve organizasyon oluşarak uluslararası tohum ticareti hızlandırmıştır.

Türkiye'de Cumhuriyet döneminde çeşit geliştirme ve tohumluk üretimine sistemli, geniş kapsamlı ve bilimsel temellere dayalı olarak başlanmıştır. Bu amaçla 1926 yılında, Adapazarı, Eskişehir ve İstanbul'da Tohum Islah ve Üretme İstasyonları kurulmuştur. Bunların ardından, Ankara ve Samsun Tohum Islah İstasyonları çalışmalarına başlamıştır.

Tohumculuk sektöründe faaliyetlerin düzenlenmesi amacıyla 26340 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan 31.10.2006 tarih ve 5553 Sayılı "Tohumculuk Kanunu" kabul edilmiş ve böylece sektör Avrupa Birliği müktesebatına uyumlu hale getirilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda 2017 yılı itibariyle GTHB tarafından yetkilendirilmiş 675 tohumculuk kuruluşu faaliyet göstermektedir.

3.2. Dünyada ve Türkiye'de Tohumluk Sektörünün Ekonomik Yapısı

ISF verilerine göre dünya tohum piyasası değeri 2012 yılı itibariyle 45 milyar ABD$ değerine ulaşmıştır. ABD ve Çin %26,7 ve %22,1'lik payları ile dünya tohum piyasası içinde ilk iki sırada yer almaktadır. AB ülkelerinden Fransa %6,2'lik pay ile üçüncü sırada yer almıştır. AB içinde dünya tohum piyasasındaki payları itibariyle Fransa'yı, sırasıyla Almanya (%2,6), İtalya (%1,7), İspanya (%1,5) izlemektedir. AB ülkelerinin dünya tohum piyasası içindeki payı yaklaşık %22,4' tür. Türkiye'de 2011 yılından önce yaklaşık 500 milyon ABD$ olan piyasa hacmi son yıllarda önemli oranda büyüyerek 750 milyon ABD$ düzeyine ulaşmıştır. Dünya tohum piyasasında Türkiye'nin payı yaklaşık %1,7'dir. Dünya tohumluk ticaretinde ağırlıklı olarak tahıllar, yağlı tohum bitkileri, sebzeler, çiçekler ve çim bitkileri yer almaktadır (ISF, 2018).

3.3. Dünyada ve Türkiye'de Tohumculuk Sektöründe Yapılanma

Dünyada tohumculuk firmalarının yapılanmasında rol alan kuruluşlar aşağıda verilmiştir: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD), Uluslararası Tohum Test Birliği (ISTA), Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu (UNECE), Uluslararası Tohum Federasyonu (ISF), Avrupa Tohum Birliği (ESA), Uluslararası Yeni Bitki Çeşitlerini Koruma Birliği (UPOV). Diğer Kuruluşlar ise şunlardır: Avrupa Birliği Bitki Çeşitleri Ofisi (CPVO), Uluslararası Süs Bitkileri ve Meyve Islahçıları Topluluğu (CIOPORA), Avrupa Bitki Islahı Araştırmaları Birliği (EUCARPIA).

Türkiye'de tohumculuk firmalarının yapılanması kapsamında yer alan kurum ve kuruluşların isimleri ise şunlardır: Türkiye Tohumcular Birliği (TÜRKTOB), Bitki Islahçıları Alt Birliği (BİSAB), Tohum Yetiştiricileri Alt Birliği (TYAB), Tohum Sanayicileri ve Üreticileri Alt Birliği (TSÜAB), Fidan Üreticileri Alt Birliği (FÜAB), Süs Bitkisi Üreticileri Alt Birliği (SÜSBİR), Fide Üreticileri Alt Birliği (FİDEBİRLİK), Tohum Dağıtıcıları Alt Birliği (TODAB) ve Türkiye Tohumculuk Endüstrisi Derneği (TÜRKTED).

3.4. Dünyada ve Türkiye'de Tohum Ticareti

3.4.1. Dünya Tohum Ticareti

2015 yılında dünyada 10 milyar ABD$ tohum ithalatı gerçekleşmiştir. En fazla tohumluk ithal eden ülke % 9,51'lik pay ile ABD olup, Türkiye ise % 1,66'lık tohumluk ithalatı ile 17. sırada yer almaktadır (Tablo 1).

Tablo 1. Ülkelerin Tohum İthalatı (2015 Yılı)
Table 1. Seed Imports of Countries (2015)

Ülke	İthalat Miktarı		Parasal Değeri	
	(Ton)	(%)	(Milyon ABD$)	(%)
ABD	202.568	5,24	981	9,51
Hollanda	400.874	10,37	770	7,47
Fransa	227.602	5,89	692	6,71
Almanya	240.902	6,23	651	6,31
İtalya	484.753	12,53	529	5,13
İspanya	257.417	6,66	449	4,35
Meksika	29.014	0,75	420	4,07
Rusya	60.509	1,56	419	4,06
Birleşik Krallık	159.334	4,12	320	3,1
Çin	52.371	1,35	314	3,04

Türkiye	25.773	0,67	171	1,66
Diğer Ülkeler	1.726.234	44,64	4.597	44,57
Toplam	3.867.351	100,00	10.313	100,00

Kaynak: ISF, (2018).

2015 yılı itibariyle dünya tohum ihracatının % 44,48'i Fransa, ABD ve Hollanda tarafından gerçekleşmektedir. Türkiye'nin dünya tohum ihracatındaki payı %1'in de altındadır (Tablo 2).

Tablo 2. Ülkelerin Tohum İhracatı (2015 Yılı)
Table 2. Seed Exports of Countries (2015)

Ülke	İthalat Miktarı		Parasal Değeri	
	(Ton)	(%)	(Milyon ABD$)	(%)
Fransa	521.843	13,5	1.623	15,22
ABD	313.769	8,12	1.596	14,96
Hollanda	102.377	2,65	1.525	14,30
Almanya	153.957	3,98	679	6,37
Macaristan	160.684	4,16	418	3,92
İtalya	104.693	2,71	322	3,02
Kanada	196.022	5,07	287	2,69
Danimarka	130.174	3,37	286	2,68
Şili	38.850	1,01	279	2,62
Arjantin	74.485	1,93	262	2,46
Türkiye	22.461	0,58	69	0,65
Diğer ülkeler	2.045.748	52,93	3.319	31,12
Toplam	3.865.063	100,00	10.665	100,00

Kaynak: ISF (2018).

3.4.2. Türkiye'nin Tohum Ticareti

Türkiye'nin 2010-2016 yılları arası tohum ticareti dikkate alındığında, tohum ithalatı miktar olarak yatay bir seyir izlemiş ve parasal değer olarak artış eğilimi görülmüştür (Tablo 3).

Tablo 3. Türkiye'nin Tohum İthalatı
Table 3. Turkey's Seed Import

Ürünler	Miktar (ton)			Değeri (000 ABD$)		
	2010	2013	2016	2010	2013	2016
Buğday	3.434	892	1.193	1.348	1.134	981
Arpa	58	131	106	51	200	175
Mısır	3.164	1.559	3.535	14.145	16.226	17.787
Çeltik	17	20	47	22	31	69
Pamuk	147	20	8	487	94	40
Ayçiçeği	387	186	1.292	4.465	7.183	13.260
Kanola	81	103	130	612	814	1.102
Soya	0	5	0	0	20	4
Yerfıstığı	0	0	0	1	0	0
Patates	22.025	8.041	26.386	16.331	7.124	19.286
Şeker pancarı	895	277	772	18.383	8.691	9.451
Yem bitkileri	1.105	4.121	6.387	2.826	15.135	11.111
Çim ve çayırotu	3.522	4.974	4.765	5.844	11.688	9.572
Sebze bitkileri	3.185	499	1.057	107.298	114.993	111.380
Diğerleri	2.591	15.226	3.813	4.978	10.952	7.911
Genel Toplam	40.610	36.056	49.491	176.792	194.286	202.127

Kaynak: GTHB (2018a).

Türkiye'nin yılda yaklaşık 200 milyon ABD$ tohum ithalatı mevcut olup, 2016 yılı verileri incelendiğinde parasal değer olarak %55,1 ile en fazla sebze tohumu ithalatının yapıldığı, bunu sırasıyla patates, mısır ve ayçiçeği tohumlarının takip ettiği görülmüştür.

Tablo 4. Türkiye'nin Tohum İhracatı
Table 4. Turkey's Seed Export

Ürünler	Miktarı (ton)			Parasal Değeri (000 ABD$)		
	2010	2013	2016	2010	2013	2016
Buğday	4.825	3.049	19.800	3.452	2.369	7.764
Arpa	86	60	1.727	50	37	697
Mısır	8.874	13.186	15.698	25.371	40.974	39.058
Çeltik	10	12	6	17	19	8
Pamuk	3.123	1.459	1.413	6.944	3.959	3.778
Ayçiçeği	8.017	10.292	16.312	38.403	57.149	73.399
Kanola	0	8	0	0	66	0
Soya	0	28	93	0	62	103
Yerfıstığı	0	14	0	0	44	0
Patates	156	2.200	833	11	1.523	393
Şeker pancarı	92	85	237	652	1.131	1.847
Yem bitkileri	1.357	483	473	1.691	1.673	1.069
Çim ve çayırotu	144	158	72	651	784	270
Sebze bitkileri	2.093	120	362	16.173	13.259	22.433
Diğerleri	809	2.165	1.195	1.373	3.025	2.630
Genel toplam	29.586	33.320	58.222	94.789	126.073	153.449

Kaynak: GTHB (2018a).

Türkiye'nin tohum ihracatı yıllar itibariyle incelendiğinde hem miktar olarak hem parasal büyüklük olarak artış göstermiştir. 2016 yılında Türkiye 153 milyon ABD$ tohum ihracatı gerçekleştirmiş olup bunun %47,83'nü ayçiçeği, %25,45'ini mısır, %14,62'sini sebze tohumları oluşturmuştur. Aynı yıl itibariyle 202 milyon ABD$ ithalat gerçekleştirilmiş olunması nedeniyle tohum dış ticaretinde 49 milyon ABD$ açık meydana gelmiştir (Tablo 4).

3.5. Türkiye'de Tohumluk Üretimi ve İhtiyacı Karşılama Oranları

Türkiye'nin toplam tohumluk üretimi 2002 yılında 145.227 ton iken 2016 yılında 957.925 tona çıkarak 6,5 kat artış göstermiştir. Türkiye'de en fazla buğday (485.225 ton), patates (231.592 ton) ve arpa (99.628 ton) tohumlukları üretilmektedir (Tablo 5).

Tablo 5. Türkiye Tohumluk Üretimi (ton/yıl)
Table 5. Turkey's seed production

Türler	Yıllar			
	2002	2010	2013	2016
Buğday	80.107	315.676	421.588	485.225
Arpa	4.376	34.416	79.189	99.628
Mısır	15.896	35.234	38.576	52.791
Çeltik	1.293	5.521	7.629	12.958
Ayçiçeği	4.575	11.854	18.756	21.757
Soya	595	1.982	3.699	3.664
Yerfıstığı	1	70	171	206
Şeker pancarı	1.421	466	896	1.168
Patates	21.375	70.654	150.908	231.592
Pamuk	11.585	15.679	10.260	14.379
Nohut	198	253	1.603	4.059
Kuru fasulye	29		54	179
Mercimek	14	107	2.078	14.505

Kanola(kolza)	20	107	91	31
Sebze	1.249	2.500	1.576	3.291
Susam	3	1	3	18
Yonca	269	349	610	794
Korunga	411	56	12	188
Fiğ	1.246	858	385	1.114
Sorgum-S.otu	123	180	155	192
Aspir	-	397	750	772
Yem şalgamı	-		55	53
Yemlik pancar	22	26	8	36
Çim ve çayırotu	406	56	106	107
Diğerleri	13	1.523	4.035	9.219
Toplam	145.227	497.964	743.193	957.925

Kaynak: GTHB (2018b).

Geçmiş yıllara oranla günümüzde özel sektör tohumluk piyasasına hâkim olmaya başlamıştır. Özel sektör 1995 yılında buğday üretiminde %3'lük bir paya sahip iken 2016 yılında 333.789 ton üretimle %69'luk bir paya ulaşmıştır. Pamuk tohumu üretiminde ise %1'den %100'lük bir paya ulaşmıştır. Türkiye'deki tohumluk üretiminin ihtiyacı karşılama düzeyine ilişkin bilgiler Tablo 6'da verilmiştir.

2002 yılı ile 2016 yıllarına ait veriler karşılaştırıldığında tohumluk üretiminin ihtiyacı karşılama oranının artış eğiliminde olduğu, özellikle ayçiçeği gibi bazı türlerde bu eğilimin çok yüksek düzeye ulaştığı anlaşılmaktadır. Türkiye'de mısır, ayçiçeği, aspir, pamuk ve soyada ihtiyaçtan çok fazla üretim yapılmakta olup bu ürünlere ait tohumlar ihraç edilmektedir.

Tablo 6. Türkiye'de Bazı Türlerde Tohum Üretimi ve İhtiyacı Karşılama Oranı
Table 6. Turkey's Seed Production in Some Varieties, and Meeting Ratio of Demand

Türler	2002			2016		
	Üretim (Ton)	İhtiyaç (Ton)	Karşılama Oranı (%)	Üretim (Ton)	İhtiyaç (Ton)	Karşılama Oranı (%)
Buğday	80.107	1.620.000	4,94	485.225	1.534.389	31,62
Arpa	4.376	602.001	0,73	99.628	548.010	18,18
Mısır	15.896	11.840	134,26	52.791	20.400	258,78
Çeltik	1.293	20.025	6,46	12.958	23.211	55,83
Ayçiçeği	4.575	2.336	195,85	21.757	2.880	755,45
Soya	595	947	62,83	3.664	3.436	106,64
Aspir	0	215	0,00	772	396	194,95
Kanola	20	328	6,10	31	354	8,76
Yerfıstığı	1	1.267	0,08	206	2.113	9,75
Ş.Pancarı	1.421	1.298	109,48	1.168	1.290	90,54
Pamuk	11.585	8.400	137,92	14.279	8.320	171,62
Nohut	198	45.594	0,43	4.059	35.952	11,29
K. Fasulye	29	9.492	0,31	179	8.982	1,99
Mercimek	14	18.939	0,07	14.505	25.224	57,50
Yonca	269	2.846	9,45	794	3.250	24,43
Korunga	411	4.024	10,21	188	5.165	3,64
Fiğ	1.246	42.260	2,95	1.114	39.855	2,80
Patates	21.375	434.456	4,92	231.592	434.572	53,29

Kaynak: GTHB (2018b).

Türkiye'de 2002 yılında buğdayda tohum üretimi ihtiyacın %4,9'unu karşılarken bu oran 2016 yılında %31,6 düzeyine ulaşmıştır. Aynı oranlar sırasıyla arpada %0,7 ve %18,2 olarak gerçekleşmiştir. Aspir de ise 2002 yılında tohumluk üretimi bulunmazken 2016 yılında ihtiyacı karşılama düzeyi %194,9 gibi oldukça yüksek bir düzeye erişmiştir. Bu yapının oluşmasında önemli etkenlerin başında 2005 yılından itibaren yurt içi sertifikalı tohum kullanımının ve üretiminin desteklenmeye başlanması gelmektedir.

3.6. Sertifikalı Tohumluk Üretim ve Kullanım Destekleri

Tohumculuk sektörünün uluslararası rekabete uygun bir şekilde gelişmesini sağlamak için yurt içi tohum üretiminin yetersiz olduğu bazı türlerde, yurt içinde sertifikalı tohumluk üreten/ürettiren ve sertifikalandıran, yurt içinde satışını gerçekleştiren yetkilendirilmiş tohumculuk kuruluşlarına kg başına destekleme verilmektedir.

Tablo 7- Sertifikalı Tohum Üretim Desteklemesi
Table 7. Certified Seed Production Subsidy

Desteklenen Türler	Birim Destek (TL/kg)		
	2015	2016	2017
Buğday	0,10	0,10	0,10
Arpa, Tritikale, Yulaf, Çavdar	0,08	0,08	0,08
Çeltik	0,25	0,25	0,25
Nohut, Kuru Fasulye, Mercimek, Aspir	0,50	0,50	0,50
Soya	0,35	0,35	0,35
Kanola (kolza)	1,20	1,20	1,20
Susam	0,60	0,60	0,60
Yonca	1,50	2,00	1,50
Yer fıstığı	0,80	0,80	0,80
Korunga, Fiğ, Yem Bezelyesi	0,50	0,75	0,50
Patates	0,08	0,10	0,80

Kaynak: GTHB, (2017).

Tablo 7 incelendiğinde "Sertifikalı Tohum Üretim Desteklemesi" kapsamında kg başına ilan edilen birim destek fiyatlarında 2015-2017 döneminde önemli bir değişiklik olmadığı anlaşılmaktadır. 2013-2016 yılları arasında Türkiye'de "Sertifikalı Tohum Üretim Desteklemesi"ne esas üretim miktarları Tablo 8'de destek ödeme tutarları ise Tablo 9'de verilmiştir.

Tablo 8. Sertifikalı Tohum Üretim Desteklemesi Üretim Miktarları
Table 8. Certified Seed Production Subsidy Production Amounts

	Miktar (Ton)				
	2013	2014	2015	2016	Genel Toplam
Toplam	371.493	430.360	577.786	584.174	1.963.813

Kaynak: GTHB, (2017).

Tablo 9. Sertifikalı Tohum Üretim Desteklemesi Tutarları
Table 9. Certified Seed Production Subsidy Costs

	Parasal Değer (TL)				
	2013	2014	2015	2016	Genel Toplam
Toplam	38.032.076	42.273.188	56.544.772	73.221.164	210.071.200

Kaynak: GTHB, (2017).

Sürdürülebilirlik ilkesi çerçevesinde kaliteye, teknoloji kullanımına ve çevreye duyarlı olma önceliklerine göre bitkisel üretim faaliyetinde, sertifikalı tohumluk kullanımının yetersiz olduğu bazı türlerde yurt içinde üretilip sertifikalandırılan tohumları kullanan Çiftçi Kayıt Sistemine kayıtlı çiftçilere dekar başına sertifikalı tohum kullanım desteği verilmektedir (Tablo 10).

Tablo 10. Sertifikalı Tohum Kullanım Desteklemesi Birim Fiyatları (TL/da)
Table 10. Certified Seed Usage Subsidy Unit Prices (TL/da)

Desteklenen Türler	(TL/da)		
	2015	2016	2017
Buğday, Arpa	8,5	8,5	8,5
Tritikale, Yulaf, Çavdar	6	6	6
Çeltik,	8	8	8
Nohut, Kuru Fasulye, Mercimek, Soya	12	20	20
Susam, Kanola, Aspir	4	4	4
Patates	40	80	80
Yonca, Yerfıstığı	10-8	15	15
Korunga, Fiğ, Yem Bezelyesi	7	10	10

Kaynak: GTHB, (2017).

Sertifikalı tohum kullanım desteklemesinde son 3 yılın destekleme birim fiyatlarında önemli değişiklik olmamakla birlikte, baklagil üretimini arttırmak ve baklagillerde sertifikalı tohum kullanımını özendirmek amacıyla nohut, kuru fasulye, mercimek, soya birim miktarında %66 oranında artış sağlanmıştır. Bununla birlikte yonca, yerfıstığı, korunga, fiğ, yem bezelyesinde tohumluk kullanımında destekleme birim fiyatları da artırılmıştır. Bunların bir sonucu olarak 2016 yılında Sertifikalı Tohum Kullanım Desteği alan işletme sayısı 208.694, destekleme alanı 18.699.341 da ve destekleme tutarı ise 191.462.625 TL olarak gerçekleşmiştir.

4. SONUÇ

Tarımsal üretimde nitelikli tohum kullanımı üretimde kaliteyi ve beraberinde verim artışını da getirmektedir. Bu çalışmada dünyada ve Türkiye'de tohum sektörünün genel bir çerçevesi verilmeye çalışılmıştır. Çalışmada Türk tohumculuk sektörünün daha yüksek bir katma değer sağlaması ve dünya ile rekabet edebilmesi için bazı sorunların çözülmesi gerekmektedir. Tohumculuk sektöründe karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerileri burada kısa ve öz bir şekilde verilmeye çalışılmıştır.

Tohumculuk sektöründe sertifikasız kaçak tohumluk satışı sektörün gelişimini olumsuz etkilemektedir. Tohum bayilerinin etkin bir şekilde denetlenmesi gerekmektedir. Bu kapsamda etkin piyasa denetimi ile özellikle kendine döllenen bitki türlerinde kayıt dışı / sertifikasız kaçak tohum satışlarının önüne geçilmeli, "Bayilik" ile ilgili mevzuat etkin bir şekilde uygulanmalı, tohum dağıtıcılarına stoklarında bulunan tohumlukları analiz yaptırma zorunluluğunun getirilmeli, tohum bayilerindeki stoklama ile ilgili aksaklıklardan dolayı tohum firmalarına cezaî işlem uygulanmalıdır.

Politika olarak ürün destekleme primlerinin (pamuk üretiminde olduğu gibi) sertifikalı tohum kullanımına bağlanması, sertifikalı tohum üretim ve kullanımında iyileşme sağlayacaktır.

Birçok bitki türünde (patates, mısır, ayçiçeği, şekerpancarı, soya, bazı yem bitkileri ve sebze türleri gibi) çeşit teknolojileri bakımından geniş ölçüde dışa bağımlılık söz konusu olup, Ar-Ge desteklerinin öncelikle bu türlere verilmesi ekonomik açıdan önemlidir.

Sertifikalı tohumluk üretim ve kullanım konusunda destekler gelişmiş ülkeler düzeyinde olmayıp mutlaka artırılmalıdır. Üretim ve kullanımla birlikte tohumluk ihracatı da destekleme kapsamına alınmalıdır. Sektörde Ar-Ge desteklerinin yetersizliği nedeniyle yerli tohumculuk sanayinin gelişimi arzu edilen seviyelere ulaşamamıştır.

Tohumculuk sektöründe 700'den fazla "tohum sanayicisi" şirket bulunmasına rağmen, küresel ölçekte rekabet edebilecek şirket sayısı yok denecek kadar azdır. Tohumluk satışında KDV düzenlemesi yapılmalıdır (başta buğdaygil yem bitkileri olmak üzere halen %18 ve %8 olan KDV oranlarının tüm tohumluklarda %1'e düşürülebilir). Tohumculuk şirketlerinin devlet tarafından "sanayi kuruluşu" olarak nitelendirilmesi ve bu şirketlerin sanayi kuruluşlarına sağlanan her türlü destek ve devlet yardımlarından yararlanabilmeleri sağlanmalıdır. Yıllardır Türkiye'de eksikliği hissedilen "Araştırma-Yayım-Tohum Üreticisi-Çiftçi" bağının güçlendirilmesine yönelik kamu kurum ve kuruluşlarınca çalışmalar yapılmalıdır.

Islah ve Ar-Ge projelerine verilen destekler miktar ve süre dikkate alınarak tekrar düzenlenmelidir. Tarımsal üretimde sertifikalı tohum kullanımı ile ilgili yayım politikaları geliştirilmeli ve uygulanmalıdır. Tohumluk sertifikasyon işlemlerinde bürokratik işlemler azaltılmalıdır.

Islah ve Ar-Ge yapan tohumculuk işletmelerine kamu arazileri uzun süreli olarak tahsis edilebilir. Islah ve Ar-Ge projelerine kamu kaynaklı desteklemelerin süresi ıslah süresi ile uyumlu olacak hale getirilmesi daha sağlıklı bir uygulama olacaktır. Söz konusu destekler ve süreleri yeni çeşit ıslahının imalat sanayinde kullanılacak bir ürün gibi 1 veya 2 yıl içinde tasarlanıp arz edilemeyeceği için yeniden düzenlemelidir.

KAYNAKÇA

AKSOY, A, DEMİR, N, KAYMAK, H.Ç., SARI, MM. (2017). Seed Sector of Turkey in Terms of Sustainable Agriculture. Atatürk Üniv. Ziraat Fak. Derg., 48 (2): 133-138.

ALTINDAL, D, AKGÜN, İ. (2007). Yeni Tohumculuk Yasası ve Türk Tarımına Etkileri. Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi 2(2): 27-35.

BAĞCI, SA, YILMAZ, K. (2016). Türkiye Tohumculuk Sektöründeki Gelişmeler ile Bu Gelişmelerin Sertifikalı Tohumluk Kullanımına ve Verim Üzerine Muhtemel Etkileri. Tarla Bitkileri Merkez Araştırma Enstitüsü Dergisi, Ankara, 25 (Özel sayı-1):299-303.

ÇELİK, N. (2000). Tarımda Girdi Kullanımı ve Verimliliğe Etkileri. İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü Tarım Dairesi. DPT Yayın No: 2521 (uzmanlık tezi), s.143.

ÇELİK, Y, NAZLI, T. (2014). Konya İlinde Sertifikalı Tohumluk Üreten İşletmelerin Yapısal Analizi. Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi 1(2): 124–131.

EKONOMİ BAKANLIĞI. (2016). Tohumculuk. TC. Ekonomi Bakanlığı. İhracat Genel Müdürlüğü. Tarım Ürünleri Daire Başkanlığı. (https://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-235635, erişim tarihi 02.04.2018).

ELÇİ, A. (2000). Türkiye'de Tohumculuğun Durumu ve Gelişimi. ZMO. Teknik Kongre.17-21.01.2000. Ankara. s.859-870.

ERDEM, E, YÜCEL, AG. (2015). Türk Tarım Sektöründe Tohumluk Kullanımı ve Verimlilik İlişkisi Üzerine Bir Uygulama. Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi. 9 (2): 90-100.

GTHB. (2016). Tohumculuk ("5553 Sayılı Tohumculuk Kanununun 10.Yılı" İstatistikler, Göstergeler, Çalıştaylar). Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü Tohumculuk Daire Başkanlığı.116s. (https://www.tarim.gov.tr/BUGEM/Belgeler/Duyurular/tohumculuk.pdf, erişim tarihi 02.04.2018).

GTHB. (2017). Bitkisel Üretim. Tohumculuk.(http://www.tarim.gov.tr/Konular/Bitkisel-Uretim/Tohumculuk/Tohumculuk - Desteklemeleri (erişim tarihi: 05.11.2017).

GTHB. (2018a). Bitkisel Üretim Verileri. BUGEM. (http://www.tarim.gov.tr/BUGEM/Belgeler/Bitkisel%20%C3%9Cretim/Tohumculuk/%C4%Bistatistikler/ithalat_miktar_parasal_deger.pdf, erişim tarihi: 17.04.2018).

GTHB. (2018b). Tohumluk Verileri. TİGEM. (https://www.tigem.gov.tr/Documents/cff00aa9-a069-46ee-979e-8ea2d4a22344.pdf, erişim tarihi: 17.04.2018).

GENÇTAN, T, TUGAY, ME, GEÇİT, HH, BOZKURT, B, ERGUN, EE, EKİZ, H, YALVAÇ, K, GEVREK, MN, ELÇİ, A, BALKAN, A. (2005). Türkiye'de Tohumluk, Fide ve Fidan Üretimi ve Kullanımı. Türkiye Ziraat Mühendisliği 6. Teknik Kongresi, 3 – 7 Ocak 2005, Ankara, s.803-825. (http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/4306d99c63613fa_ek.pdf, erişim tarihi: 16.04.2018).

HOWARD, PH. (2009). Visualizing Consolidation in the Global Seed Industry: 1996–2008. Sustainability, 2009 (1): 1266-1287.

ISF. (2018). International Seed Federation. Resources/Seed Statistics. (http://www.worldseed.org/resources/seed-statistics, erişim tarihi: 17.04.2018).

ÖZKAYA, T. (2014). Sürdürülebilir Tarım ve Çiftçi Hakları Açısından Türkiye'de Tohumluk Sorunu. XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi 3-5 Eylül 2014, Samsun. Cilt-1, s.720-727. (http://www.tarimarsiv.com/wp-content/uploads/2017/05/176-183.pdf, erişim tarihi: 13.11.2017).

PRASANNAN, A. (2017). Seed Market by Type (GM Seed and Conventional Seed), Crop (Field Crops (Cotton, Corn, Rice, Wheat, Millet, Sunflower, and Sorghum) and Fruit & Vegetable Crops (Tomato, Okra, Chilli, Melon, Gourds, Cabbage, Cauliflower, Cucumber, and Others)), Availability (Commercial Seeds and Saved Seeds), Seed Treatment (Treated and Untreated), and Seed Trait (Herbicide Tolerant, Insecticide Resistant, and Other Stacked Traits) - Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2017-2023. Allied Market Research,UK. 280 s.

SARAÇOĞLU, C. (2013). Türkiye'de Tohumculuk Sektörünün Firmalar ve Üreticiler Açısından Değerlendirilmesi: Trakya Örneği. Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı. (Basılmamış Doktora Tezi), Tekirdağ. 102 s.

ŞAHİN, A, MERAL, Y, CAN, M. (2013). Türkiye Tohumculuk Sektörünün Analizi. Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 4 (2): 73-88.

TİGEM. (2016). Tohumculuk Sektör Raporu. GTHB, 50 s.(https://www.tigem.gov.tr/DosyaGaleriData/View/a374cc25-acc1-44e8-a546-63b4c8bce146, erişim tarihi 12.06.2018).

TSUAB. (2016). Tohum Sanayicileri Ve Üreticileri Alt Birliği (TSUAB).Tohumculuk Genel Bakış Raporu.13 s. (http://www.tsuab.org.tr/ckfinder/userfiles/files/tohumculukgenelbakisraporu.pdf, erişim tarihi 02.04.2018).

TÜRK-TED. (2009). Türkiye Tohum Sektörü. 60 s.(http://www.turkted.org.tr/images/yayin_isf.pdf., erişim tarihi 02.04.2018).

TÜRK-TED. (2016). Türkiye Tohumculuk Sektörünün Sorunları ve Çözüm Önerileri Hakkında Rapor (2008-2016). 69 s. (http://www.turkted.org.tr/SORUNLAR_ONERILER_TURKTED.pdf, erişim tarihi: 15.11.2017).

Türkiye'de Ayçiçeği Üretimi ve Tarımsal Desteklerin Ürün Maliyetine Etkisi

Doç. Dr. Arif SEMERCİ[1*] **Prof. Dr. Sibel TAN[1]** **Dr. Öğr. Üyesi Bengü EVEREST[1]**

[1] Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, *arifsemerci69@gmail.com

Özet: Türkiye'de tarımsal üretimde arz açığı olan ürünlerin başında yağlı tohumlar gelmektedir. 2016 yılında yağlı tohumlar ve türevleri ithalatı tutarı 3,4 milyar ABD$ olarak gerçekleşmiştir. Ülkenin ayçiçeği ve ayçiçeği yağı ithalatı ise 1,3 milyar ABD$ olmuştur. Türkiye'nin 2017 yılında yağlı tohumlar üretim miktarı 3,9 milyon ton olup, üretimde ayçiçeğinin payı %50,56 olmuştur. Aynı yılın verilerine göre Türkiye'de yağlık ayçiçeği üretim alanı 681.000 ha, üretim miktarı 1.800.000 ton ve verim ise 264,18 kg/da'dır. Ülke genelinde Trakya Bölgesi, Türkiye toplam yağlık ayçiçeği üretim alanının %49'unu, üretim miktarının ise %45'ini oluşturmaktadır. Türkiye genelinde yağlı tohumlar üretiminin artırılmasına yönelik destekleme politikaları uygulanmaktadır. Yapılan bu çalışma; ayçiçeği üretiminde kısmen başarı yakalandığını, ancak aynı durumun diğer yağlı tohumlar için ifade edilmesinin mümkün olmadığını ortaya koymuştur. Ülkenin son 20 yıllık dönemi (1998-2017 arası) dikkate alındığında, yağlı tohumlar üretiminde %61,28 oranında artış sağlanmış olup, bu artışta üretim miktarı bakımından ön önemli artış %128,42 pay ile ayçiçeğinde yaşanmıştır. Aynı dönemde ayçiçeği verim değeri 146,76 kg/da'dan 251,97 kg/da düzeyine yükselmiştir. Buna rağmen ülkenin ayçiçeği üretiminde kendine yeterlilik oranı %64 düzeyindedir. Bu çalışmada, Edirne ilinde yağlık ayçiçeği üretiminin birim alanda maliyeti 264,00 TL/da, kg başına maliyeti ise 1,06 TL olarak belirlenmiştir. Yağlık ayçiçeğinin satış geliri ise 472,50 TL/da olup, fark desteği ve diğer destekler toplamı dikkate alındığında üretici geliri 594,30 TL/da düzeyine ulaşmaktadır. Bu durumda çalışma yapılan alan için yağlık ayçiçeği maliyeti 142,20 TL/da seviyesine gerilemekte, diğer bir ifade ile de üreticinin kârı 330,30 TL/da düzeyine yükselmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yağlı Tohumlar, Ayçiçeği, Destekleme, Maliyet, Türkiye.

Sunflower Production in Turkey and Effects of Agricultural Subsidies on Product Cost

Abstract: Oilseeds are one of the first products in Turkey in terms of supply deficiency. Oilseeds import value was 3,4 billion USD in 2016. Turkey's sunflower and sunflower oil import value was 1,3 billion USD. Turkey's oilseeds production amount was 3,9 million tons in 2017, and sunflower share in this amount was 50,56%. According to 2017 data, sunflower production area was 681.000 ha, production amount was 1.800.000 tons, and productivity was 264,18 kg/da. Thrace region provides 49% of Turkey's sunflower production area, and it provides 45% of the total sunflower production amount. There are subsidy policies in Turkey about oilseeds in order to increase production amount. In this study, it was found out that sunflower production was partly succeed, however there wasn't any significant increase in other oilseeds. Considering the last two decades (between 1198 and 2017), there was an increase in oilseeds production at a ratio of 61,28%, and the most significant increase was in sunflower at a ratio of 128,42%. In the same time period, sunflower productivity was increased from 146,76 kg/da to 251,97 kg/da. However, Turkey's self sufficiency ratio in sunflower was around 64%. Within the study, the sunflower production cost per unit area in Edirne city was found 264,00 TL/da, and the cost per kg was found as 1,06 TL. Sales revenue of sunflower was 472,50 TL, this value was around 594,30 TL/da when subsidies were included. In that circumstances, sunflower production cost is decreased to 142,20 TL/da, in other words, producer profit is increased to 330,30 TL/da.

Key Words: Oilseed, Sunflower, Subsidy, Cost, Turkey.

1. GİRİŞ

Dünyada yağlı tohumlu bitkiler denildiğinde akla soya fasulyesi, yerfıstığı, ayçiçeği, kanola, mısır, zeytin, susam, palmiye tohumu, yağ keteni, aspir, hindistan cevizi ve hintyağı bitkileri gelmektedir. Üretim miktarları bakımından ise ilk sıralarda soya, kanola, pamuk tohumu, yer fıstığı, ayçiçeği ve palm çekirdeği bitkileri bulunmaktadır. Türkiye'de üretimi yapılan yağlı tohumlar grubuna giren ürünler ise ayçiçeği, çiğit, soya, yerfıstığı, haşhaş, susam, kolza ve aspirdir. Bu ürünler içerisinde sadece pamuk tohumu (çiğit) yağ bitkisi olmayıp, ülke bitkisel yağ sanayinde önemli katkı sağlaması bakımından bu gruplandırmada yer almaktadır.

Dünyada önemli yağ bitkilerinden biri olan ayçiçeği aynı zamanda Türkiye'de en fazla ekim alanına ve üretim miktarına sahip yağ bitkisidir. Ayçiçeği, tohumunda içerdiği yüksek orandaki (%40-50) yağ miktarı nedeniyle bitkisel ham yağ üretimi bakımından önemli bir yağ bitkisidir. Ayçiçeği yağı beslenme değeri en yüksek olan yağlardan biridir. 2016 yılı verilerine göre dünya bitkisel ham yağ üretiminin %9'u ayçiçeğinden karşılanmaktadır. Türkiye'de ise bitkisel ham yağ üretiminin %46'sı ayçiçeğinden karşılanmaktadır (GTB, 2017:23).

Ayçiçeği yağı, içerdiği doymamış yağ asitleri oranının %70'ler düzeyinde olması nedeniyle beslenme değeri yüksek olan bitkisel yağlardan birisidir. Yan ürün olarak %40-45 oranında elde edilen küspesi, %30-40 oranında protein içermekte olup, değerli bir yem olarak hayvan beslenmesinde kullanılmaktadır. Bununla birlikte ayçiçeği yağ, sabun ve boya sanayinde değerlendirilmekte, sapları da yakacak olarak kullanılabilmektedir. Bunun yanı sıra dünya ayçiçeği üretiminin %2,6'sı, Türkiye üretiminin de %8,37'si çerezlik olarak tüketilmektedir (GTB, 2017:24; TÜİK, 2018). Ayçiçeği Türkiye'de en fazla Trakya-Marmara Bölgesinde (%49,26); Tekirdağ (%20,45), Edirne (%13,59), Kırklareli (%10,77) illerinde ve diğer (%4,45) illerde üretilmektedir (TÜİK, 2018).

Türkiye'de ayçiçeği üretimi, ticareti ve maliyetinin belirlenmesi üzerinde yapılmış çalışmalar bulunmaktadır. Kaya ve vd., (2010:28), yapmış oldukları çalışmada 1980-2008 dönemini 5 yıllık dönemlere ayrılarak Dünyada ve Türkiye'de ayçiçeğinin ekim alanı, üretim miktarı, verim ortalamaları ve dış ticaretini incelenmişlerdir. Çalışmada, yaşanan olumlu gelişmelere rağmen, Türkiye'nin ayçiçeği konusunda ithalatçı ülke konumunda bulunduğu vurgulanmıştır. Sav ve Sayın (2016:763), çalışmalarında Türkiye'de yağlı tohumlar üretim potansiyeli, gelişimi, sektörün ekonomideki yeri ve dış ticareti ile sektörde yaşanan sorunlar ve uygulanan politikaları incelemiş ve yaşanan sorunlara ilişkin öneriler sunmuşlardır. Gül ve vd., (2016:70), yapmış oldukları çalışmada Türkiye'de ayçiçeği yağı tüketim ihtiyacını karşılayacak seviyelere ulaşılamadığından, ihtiyacın büyük bir kısmı ithal edilen ayçiçeği tohumu ve yağından karşılandığını belirtmişlerdir. Çalışmada Türkiye'de yağlı tohumlu bitkiler içerisinde ayçiçeğinin önemi ve yağ açığını kapatmadaki rolü ortaya konulmuştur.

Top ve Uçum (2016:25), tarafından yapılan çalışmada ayçiçeğinde Dünyada ve Türkiye'de; üretim, kullanım (tüketim), ihracat, ithalat, fiyatlar ile ilgili bulgular verilerek yılsonu stoklarında ortaya çıkan gerçekleşmelere ait durum tespiti yapılmış ve bir sonraki yıla ait muhtemel gelişmeler de tahmin olarak sunulmuştur. Semerci (2012:54, 2013:139, 2014:184 ve 2016:71), çalışmalarında ayçiçeği bitkisinin tarım işletmeleri için önemini, tarımsal desteklerin ayçiçeği üreticisinin geliri üzerine olan etkilerini, ayçiçeği üretiminde maliyet üzerinde etkili olan faktörlerdeki değişimi incelemiştir. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (2017:8) tarafından hazırlanan raporda ise; dünyada ve Türkiye'de ayçiçeği üretim bilgileri, ticareti, tüketimi, fiyat oluşumu verilmiştir. Yapılan çalışmada ayçiçeğine yönelik destekleme politikaları hakkında da ayrıntılı bilgi verilmiştir.

Bu çalışmada Dünyada ve Türkiye'de yağlı tohumlar ve bitkisel ham yağ üretimi incelenmiştir. Çalışmada Türkiye genelinde yağlı tohumlar, özelinde ise ayçiçeği ve yağı üretiminin 2000'li yıllardan sonraki değişim seyri araştırılmıştır. Çalışma kapsamında ülke genelinde ayçiçeği ve yağının yeterlilik durumu ortaya konulmuştur. Çalışmada, ayçiçeği üretiminin en fazla yapıldığı illerden olan Edirne'de yağlık ayçiçeği üretim maliyeti verilmiş, ayçiçeğine verilen desteklerin üretim maliyetini ve/veya üretici gelirini ne derece artırdığı mutlak değerlerle ortaya konulmuştur.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışmada Dünya Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı (GTHB), Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (GTB), Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK),Türkiye Bitkisel Yağ Sanayicileri Derneği (BYSD) verilerinden yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında 2012-2016 döneminde Dünyada ve 1998-2017 döneminde Türkiye'de genelde yağlı tohumlar ve özelde ayçiçeği üretimi yanında bitkisel ham yağ üretimi tablolar halinde verilmiştir. 1998-2017 yılları arasında Türkiye'de üretilen yağlı tohumlu bitkilerin değişim seyri irdelenmiş, hazırlanan tabloda 20 yıllık süreçte bu ürünlerin en düşük ve en yüksek seviyeye ulaştıkları yıllar da belirtilmiştir. Türkiye'nin ayçiçeği ve ayçiçeği yağı dış ticareti, 2012-2016 dönemi dikkate alınarak incelenmiştir. Bununla birlikte çalışmada, 2007-2016 dönemi için Türkiye'nin yağlı tohum ve türevleri ithalatı şekil yardımıyla açıklanmıştır. Türkiye'de 2008-2017 döneminde yağlı tohumlarda uygulanan fark desteğinde birim fiyatlar (TL/kg), Edirne ilinde 2017 yılı kuru şartlarda üretilen ayçiçeğinin maliyeti ve bu ürüne dayalı tarımsal desteklerin üretim maliyeti ile üretici gelirine yansıması hazırlanan tablolarla ayrıntı olarak yorumlanmıştır.

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

3.1. Dünya Yağlı Tohumlar ve Bitkisel Ham Yağ Üretimi

Türkiye Bitkisel Yağ Sanayicileri Derneği'nin (BYSD) 2016 yılı verilerine göre Dünya yağlı tohumlar üretimi 554.000.000 ton/yıl olup, üretimde ilk sırayı %60,83 pay ile soya almıştır. Ayçiçeği ise 26.630.000 ha alanda 45.000.000 ton üretim miktarı ile kolzadan sonra %8,12'lik pay ile 3. sırada yer almıştır (Tablo 1).

Tablo 1. Dünya Yağlı Tohumlar Üretimi (Milyon Ton)
Table 1. Oilseeds Production of the World (Million Tons)

	2012	2013	2014	2015	2016
Soya Fasulyesi	268	283	320	313	337
Ayçiçek Tohumu	36	43	40	40	45
Kolza Tohumu	63	71	71	70	68
Pamuk Tohumu	46	45	44	37	40
Diğer T.	62	63	62	66	64
Toplam	475	505	537	526	554

Kaynak: TBYSD (2018).

Yağlı tohumlar üretiminde ABD, Brezilya ve Arjantin ilk sırayı paylaşmıştır. Dünya ayçiçeği üretiminde ise Ukrayna 14.000.000 ton ile ilk sırada, Rusya Federasyonu 10.000.000 ton ile 2. sırada ve AB-28 8.250.000 ton ile 3.sırada yer almıştır (GTB, 2017:7).

2016 yılında Dünya genelinde 187.000.000 ton bitkisel ham yağ üretilmiştir. Üretim miktarında palm yağı %34,76'lık pay ile ilk sırada yer almıştır. Ayçiçek yağı ise, soya yağı, kolza yağından sonra 4. sırada yer almıştır (Tablo 2). Üretim miktarında Endonezya, Çin ve Malezya ilk 3 sırayı paylaşmışlardır.

Tablo 2. Dünya Bitkisel Ham Yağ Üretimi (Milyon Ton)
Table 2. Raw Herbal Oil Production of the World (Million Tons)

Yağ Çeşitleri	2012	2013	2014	2015	2016
Soya Yağı	43	45	49	52	54
Pamuk Yağı	5	5	5	5	5
Ayçiçek Yağı	14	16	15	16	17
Kolza Yağı	25	27	28	28	27
Palm Yağı	56	59	52	59	65
Diğer Yağlar *	19	20	28	17	19
Toplam	162	172	177	177	187

Kaynak: TBYSD (2018).

Dünya ayçiçek yağı üretimi 2016 yılında 17.751.000 ton olarak gerçekleşmiştir. Üretimde %32,57 ile Ukrayna, %24,98 ile Rusya Federasyonu ve %17,60 pay ile AB-28 ülkeleri ilk 3 sırayı paylaşmışlardır (GTB, 2017).

3.2.Dünyada ve Türkiye'de Ayçiçeği Yağı Tüketimi

2016 yılında Dünya ayçiçeği yağı tüketimi 17.3000.000 ton düzeyinde olmuştur. Belirtilen miktarın yaklaşık 4.100.000 tonu Avrupa Birliği ülkelerinde, 2.400.000 milyon tonu Rusya Federasyonu'nda tüketilirken, Türkiye'de yaklaşık 970.000 ton ayçiçeği yağı tüketilmiştir. Türkiye'nin yıllık yağlık ayçiçeği kırma kapasitesi 2016 yılında 1.750.000 ton olarak gerçekleşmiştir (GTB, 2017:9).

3.3.Türkiye'de Yağlı Tohumlar Üretimi

2017 yılı TÜİK verilerine göre Türkiye'de yağlı tohumlar üretimi (pamuk, keten, kenevir ve haşhaş alanları dikkate alınmadığında) 9.251.704 da alanda gerçekleşmiştir. Üretim alanlarında %84,27'lik pay ile ayçiçeği ilk sırayı almıştır. Aynı yıl TÜİK tarafından yağlı tohumlar grubunda değerlendirilen ürünlerin toplam miktarı 3.885.386 ton olmuştur. Üretimde ilk üç sırayı ayçiçeği (%50,56), çiğit (%37,83) ve yerfıstığı (%4,26) almıştır (Tablo 3).

Tablo 3. Türkiye'de son 20 yıllık dönemde yağlı tohumlar üretimi (ton)
Table 3. Turkey's Oilseeds Production in the Last Two Decades (Tons)

Yıl/Kriter	Ayçiçeği	Çiğit	Yerfıstığı	Soya	Aspir	Kolza	Susam	Haşhaş	Toplam
1998	860.000	1.334.778	90.000	60.000	72	300	34.000	27.964	2.409.112
2002	850.000	1.457.122	90.000	75.000	25	1.500	22.000	19.000	2.516.649

2007	854.407	1.320.831	86.409	30.666	2.280	28.727	20.010	8.981	2.354.318
2012	1.370.000	1.373.440	122.780	122.114	19.945	110.000	16.221	3.844	3.140.356
2017	1.964.385	1.470.000	165.330	140.000	50.000	60.000	18.410	15.244	3.885.386
Payı (%)	50,56	37,83	4,26	3,60	1,29	1,54	0,47	0,39	100,00
En olduğu düşük yıl	2001	2009	2001	2005	2000	2000	2013	2012	
(ton)	650.000	1.021.200	72.000	29.000	18.000	187	15 457	3.844	
En yüksek olduğu yıl	2017	2011	2017	2013	2015	2016	1998	2003	
	1.964.385	1.527.360	165.330	180.000	70.000	125.000	34.000	52.000	

Kaynak: TÜİK (2018).

Türkiye'de son 20 yıllık dönemde (1998-2017 arası) yağlı tohumlar üretiminde %61,28 oranında artış sağlanmıştır. Ürün özelinde ise üretim alanı ve üretim miktarı bakımından ön önemli artış %128,42 ile ayçiçeğinde yaşanmıştır. Aynı dönemde ayçiçeği verim değeri ise 146, 76 kg/da'dan 251,97 kg/da düzeyine ulaşmıştır. Üretim miktarı bakımından ayçiçeğine en yakın yağlı tohum ise çiğit olmuştur. Diğer ürünlerde ise 2017 yılı üretim miktarı 165.000 tonun altında kalmıştır. Yağlı tohumlar üretimine karşılık BYSD verilerine göre Türkiye'de 2016 yılında 780.000 ton bitkisel ham yağ üretimi gerçekleşmiştir. Yağlı tohumlu bitkilerin üretiminde meydana gelen minimum ve maksimum değerler Tablo 3'te gösterilmiştir. İlgili tablo Türkiye'de en önemli yağ bitkisinin ayçiçeği olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

3.4.Türkiye'de Ayçiçeği Üretimi

2017 yılı TÜİK verilerine göre Türkiye'de ayçiçeği ekim alanı 7.794.387 da, üretim miktarı ise 1.964.385 ton olmuştur. Ekim alanlarının %87,41'ini ve üretim miktarının %91,63'ünü yağlık ayçiçeği oluşturmuştur (Tablo 4). 2016 yılı verilerine göre Türkiye dünya ayçiçeği ekim alanlarının %2,70'ini, üretim miktarının da %3,71'ini oluşturmaktadır. Türkiye'de ayçiçeği verimi 232 kg/da olup, dünya ortalama değerinden (168,98 kg/da) %27,38 oranında daha yüksektir.

Tablo 4. Türkiye'de ve Trakya'da Yağlık Ayçiçeği Üretim Bilgileri (2017)
Table 4. Sunflower Production of Turkey and Thrace Region (2017)

Yerleşim Birimi	Hasat Edilen Alan (da)	Üretim (ton)	Verim (kg/da)
Edirne	1.008.114	244.655	242,69
Kırklareli	780.591	193.784	248,25
Tekirdağ	1.567.329	368.125	234,87
Toplam	3.356.034	806.564	240,33
Türkiye	6.813.451	1.800.000	264,18
Bölgenin Payı (%)	49,26	44,81	-

Kaynak: TÜİK (2018).

Türkiye'de yağlık ayçiçeği üretimi 1.800.000 ton ile son yıllardaki en yüksek düzeyine 2017 yılında ulaşmıştır. Yağlık ayçiçeği üretiminde Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli illeri ilk 3 sırayı paylaşmıştır. Trakya Bölgesinin Türkiye yağlık ayçiçeği üretim alanındaki payı %49,26, üretim miktarındaki payı ise %44,81 olmuştur.

3.5.Türkiye'nin Yağlı Tohum ve Türevleri İthalatı

Türkiye'de yağ bitkileri üretimiyle ilgili istikrarlı bir planlamanın bulunmaması, mevcut üretim potansiyelinden yeterince yararlanılmamasına, bitkisel yağ açığının artmasına ve sanayinin dışarıya daha bağımlı hale gelmesine neden olmaktadır. Türkiye Bitkisel Yağ Sanayicileri Derneği'nin verilerine göre tarım ürünlerinde dış ticaret açığı olmadığı halde yağlı tohum ve türevlerinde dış ticaret açığı 2,3 milyar ABD$ düzeyindedir. Türkiye'nin yağlık ayçiçeği tohumu ve ayçiçek yağı ithalat ve ihracat miktar ve değerleri aşağıdaki tablolarda verilmiştir. Türkiye 2012-2016 yılları arasında yağlı tohum ve türevlerine 18,5 milyar ABD$ düzeyinde ödeme yapmıştır. 2016 yılı verilerine göre ham yağ %46,29, yağlı tohumlar ise %40,79 pay almıştır (Tablo 5).

Tablo 5.Türkiye'nin Yağlı Tohum ve Türevleri İthalatı (milyon ABD$)
Table 5. Turkey's Oilseeds and Derivatives Import (Million USD)

Yağlı Tohum ve Türevleri	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Yağlı Tohum	1.249	1.245	1.800	1.417	1.401
Hamyağ	1.632	1.602	1.890	1.663	1.590
Küspe	755	808	596	420	444
TOPLAM	3.636	3.655	4.286	3.500	3.435

Kaynak: TBYSD (2018).

2012-2016 dönemi incelendiğinde ülke genelindeki ayçiçeği üretimine paralel olarak yağlık ayçiçeği ithalat miktarının %49,31 oranında, ithalat değerinin de %40,55 oranında azalmıştır. Yapılan ihracatın büyük bölümünü ise ayçiçeği tohumluğu oluşturmaktadır (Tablo 6).

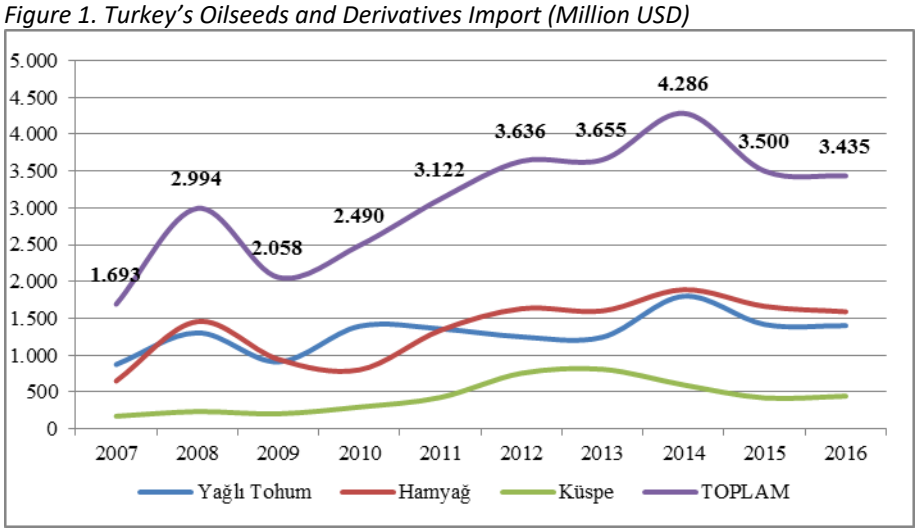
Tablo 6. Türkiye'nin Yağlık Ayçiçek Tohumu İthalat ve İhracatı
Table 6. Turkey's Sunflower Seed Import and Export

Yıllar	İthalat		İhracat	
	Miktar (Ton)	Değer (Bin $)	Miktar (Ton)	Değer (Bin $)
2012	754.162	443.958	56.268	114.321
2013	710.843	474.001	34.700	103.301
2014	556.909	406.154	33.521	111.730
2015	340.192	237.984	35.202	78.875
2016	382.263	263.925	48.259	48.259

Kaynak: TBYSD (2018).

Türkiye'nin yağlı tohumlar ve türevleri ithalat değerleri Şekil 1'de gösterilmiştir. 2007-2016 döneminde yapılan ithalat değerinin 2014 yılında 4,3 milyar ABD$ düzeyine ulaştığı görülmektedir.

Şekil 1.Türkiye Yağlı Tohum ve Türevleri İthalatı (Milyon ABD$)
Figure 1. Turkey's Oilseeds and Derivatives Import (Million USD)



Kaynak: TBYSD (2018)

2016 yılında Türkiye 6.230.000 ton yağlı tohum ve türevi ithalatı gerçekleştirmiştir. Toplam ithalatta yağlı tohumların payı %50,79 olmuştur. Diğer kalemleri ham yağ ve küspe oluşturmuştur. Yağlı tohum ithalatında ayçiçeği 382.000 ton ile 2. sırada yer almıştır. Türkiye'nin ayçiçeği yağı ithalat ve ihracatına ait değerler Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Türkiye'nin Ayçiçek Yağı İthalat ve İhracatı
Table 7. Turkey's Sunflower Oil Import and Export

Yıllar	İthalat		İhracat	
	Miktar (Ton)	Değer (Bin $)	Miktar (Ton)	Değer (Bin $)
2012	742.877	987.295	271.257	416.884

2013	625.849	908.122	346.256	496.198
2014	812.401	1.177.993	665.241	790.130
2015	798.170	1.101.230	618.525	680.701
2016	738.417	1.015.306	600.777	637.448

Kaynak: TBYSD (2018).

Tablo incelendiğinde ayçiçeği yağı ithalatının 2016 döneminde yaklaşık 1 milyar ABD$, ihracat değerinin ise 640 milyon ABD$ civarında olduğu anlaşılmaktadır. Türkiye 2012-2016 döneminde ayçiçeği yağı ithalatına yaklaşık 5,2 milyar ABD$ harcama yapmış, aynı dönemde yaklaşık 3 milyar ABD$ gelir elde etmiştir (Tablo 7). 2016 yılında Türkiye'nin toplam bitkisel yağ ihracatı 943.000.000 ABD$ olup, ayçiçeği yağının toplamdaki payı %67,60 olarak gerçekleşmiştir (TBYSD, 2018).

3.6.Türkiye'nin Yağlı Tohumlarda Kendine Yeterlilik Durumu

TÜİK tarafından yapılan çalışmada Türkiye'de önemli görülen yağlı tohumlar için kendine yeterlilik durumu hesaplanmıştır. 2016 yılı verilerinin kullanıldığı çalışmada kendine yeterlilik durumu pamuk çiğidinde %101,00, kolzada %76,7, ayçiçeğinde %64 ve soyada %7,1 olarak hesaplanmıştır (Tablo 8).

Tablo 8. Türkiye'de Yağlı Tohumlu Bitkilerde Denge (2016)
Table 8. Turkey's Oilseed Plants Balance (2016)

	Ayçiçeği	**Kolza**	**Pamuk (Çiğit)**	**Soya**
	Sunflower	Rapeseed	Cotton seed	Soybean
Üretim (Ton) - Production (Tonnes)	1 670 716	125 000	1 260 000	165 000
Ekilen alan (Hektar) - Area sown (Hectare)	720 108	35 453	416 010	38 180
Üretim kayıpları (Ton) - Harvest losses (Tonnes)	13 366	1 625	25 200	1 320
Arz=Kullanım (Ton) - Supply=Use (Tonnes)	4 521 357	164 671	1 234 885	2 435 015
Arz – Supply				
Kullanılabilir üretim (Ton) - Usable production (Tonnes)	1 657 350	123 375	1 234 800	163 680
İthalat (Ton) - Import (Tonnes)	2 864 007	41 296	85	2 271 335
AB 28 (Ton) - EU 28 (Tonnes)	181 979	18 706	38	9 749
Kullanım – Use				
Yurt içi kullanım (Ton) - Domestic use (Tonnes)	2 588 937	160 842	1 222 312	2 302 547
Tüketim (Ton) - Human consumption (Tonnes)	2 526 357	156 916	1 147 612	27 392
Tohumluk kullanım (Ton) - Seed use (Tonnes)	10 802	709	16 640	3 818
Yemlik kullanım (Ton) - Animal feed (Tonnes)	-	-	-	993 100
Endüstriyel kullanım (Ton) - Industrial use (Tonnes)	-	-	-	1 249 455
Kayıplar (Ton) - Losses (Tonnes)	51 779	3 217	58 060	28 782
İhracat (Ton) - Export (Tonnes)	1 974 923	3 829	12 559	132 468
AB 28 (Ton) - EU 28 (Tonnes)	21 015	2 148	4 299	0
Stok değişimi (Ton) - Changes in stocks (Tonnes)	- 42 503	0	14	0
Kişi başına tüketim (Kg)				
Human consumption per capita (Kg)	31,7	2,0	14,4	0,3
Yeterlilik derecesi (%)				
Degree of self-sufficiency (%)	**64,0**	76,7	101,0	7,1

Kaynaklar: TÜİK, 2018. Bitkisel Ürün Denge Tabloları; "Tahıllar ve Diğer Bitkisel Ürünler", 2016-2017. (https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=104&locale=tr, erişim tarihi 30.05.2018)

3.7.Trakya Bölgesinde Yağlık Ayçiçeği Üretim Maliyeti

Edirne ili Türkiye'de ayçiçeği üretiminde Tekirdağ'dan sonra 2. sırada yer almaktadır. İlde 2017 yılında kuru şartlarda üretilen yağlık ayçiçeği maliyetine ilişkin bilgiler Tablo 9'da verilmiştir. Maliyet tablosunun hazırlanmasında; birim alana verim 250 kg/da, döner sermaye faizi %5 ve genel idari giderler %3 olarak alınmıştır.

Tablo 9. Edirne İlinde Kuru Şartlarda Yağlık Ayçiçeği Maliyeti* (2017)
Table 9. Sunflower Cost in Edirne City in Dry Conditions (2017)*

İşlem Adı	İşlem Grubu	Masraf Unsuru	Miktar	Birimi	Fiyat (TL/da)	İşlem Tutarı (TL/da)
Sürüm	1.Sürüm	Pulluk		Da	28,13	28,13
	2.Sürüm	Diskli Tırmık		Da	16,88	16,88
Ekim	Ekim Makinası Kirası	Pnömatik Mibzer		Da	11,25	11,25
	Tohum		0,450	Kg	60,00	27,00
	Gübre (20.20.0)		20,00	Kg	1,10	22,00
Zirai Mücadele	Pülverizatör			Da	6,75	6,75
	İlaç		0,150	Lt	20,00	3,00
Çapa-Seyreltme	Makinası Kirası	Ara Çapa Makinası		Da	7,88	7,88
Hasat	Hasat Makinası Kirası	Biçerdöver		Da	20,00	20,00
Pazarlama	Makinası Kirası	Nakliye Aracı		Da	8,75	8,75
Toplam						151,64
Döner Sermaye Faizi (TL/da)						7,58
Değişen Masraflar Toplamı (TL/da)						159,22
Genel İdari Giderler (TL/da)						4,78
Tarla Kirası (TL/da)						100,00
Sabir Masraflar Toplamı (TL/da)						104,78
Üretim Masrafları Toplamı (TL/da)						264,00
Verim (kg/da)						250,00
Ürün Maliyeti (TL/kg)						1,06

Kaynak: GTHB (2017).

Ayçiçeği maliyetine ilişkin tablo incelendiğinde Edirne ilinde yağlık ayçiçeğinde birim alana üretim masrafının 264,00 TL/da olduğu anlaşılmaktadır. Üretim maliyetinde toprak hazırlığı yanında tohum ve gübre bedelinin önemli bir rol oynadığı anlaşılmaktadır.

3.8.Yağlık ayçiçeğinde fiyat oluşumu

Türkiye'de ayçiçeği tohumu alımını gerçekleştiren tarım satış kooperatifleri birliklerinden olan Trakya Birlik 2016/17 sezonu için 299.726 ton alım gerçekleştirirken, Karadeniz Birlik aynı sezon için 32.259 ton alım gerçekleştirmiştir. Bu oranlar Türkiye üretim miktarının %22,15'ine denk gelmektedir.

Trakya Birlik Yönetim Kurulu'nca 2017/2018 iş yılında ayçiçeğine uygulanan ön alım fiyatı sektörde baz sözleşme oranı olan %44 yağ oranlı ayçiçeği ürünü için 1.823,20 TL/Ton olarak belirlenmiştir. Hesaplanacak yağ primleri çerçevesinde %50 yağ oranlı ayçiçeği ürünü için fiyat 1.978,00 TL/Ton, %40 standart yağ oranlı ayçiçeği ürünü için fiyat 1.720,00 TL/Ton olarak oluşmuştur.

Ham yağ oranına göre yapılan alımlarda %41 ve üzeri yağ oranı çıkan ürünler yüksek yağ oranlı ürün olarak değerlendirilmiş olup, her bir yüzde puan artışı için %40 standart yağ oranlı ürün fiyatına %1,5 oranında prim uygulanmıştır (Trakyabirlik, 2018). Bu çalışmada Edirne Ticaret Borsası'nda Eylül-2017 döneminde oluşan ağırlıklı fiyat ortalaması (1,89 TL/kg) dikkate alınmıştır (TOBB, 2018).

3.9.Türkiye'de Ayçiçeği Ürününe Verilen Destekler

Türkiye'de ayçiçeği üretimine verilen desteklerin ayrıntısı Tablo 10'da yer almaktadır. Fark desteği verilen destekler içinde en önemli kalemi oluşturmaktadır. Türkiye'de ortalama yağlık ayçiçeği verimi 264 kg olduğu dikkate alındığında birim alana fark desteğinin (264 kg* 0,40 kuruş) 105,60 kuruş olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 10. Türkiye'de Ayçiçeği Ürününe Verilen Destekler (2017)
Table 10. Subsidies About Sunflower Production in Turkey (2017)

Destek Türü	Birimi	Birim Fiyatı
Mazot Desteği	(TL/da)	17,00
Gübre Desteği	(TL/da)	4,00
Fark Desteği	(TL/kg)	0,40
Toprak Analiz Desteği	(TL/da)	0,80

Kaynak: GTHB (2018).

Yağlık ayçiçeği üretiminde dekar başına verilen diğer desteklerin toplamı ise (17,00+4,00+0,80) 21,80 TL olmaktadır.

3.10.Yağlık ayçiçeğinde fark desteği birim fiyatları

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından ülke genelinde uygulanmakta olan fark desteği birim fiyatları Tablo 11'de verilmiştir. Tablo incelendiğinde 2008-2017 döneminde birim fiyat artışı en yüksek olan ürün kütlü pamuk, en düşük olan ürün ise dane mısır olmuştur. Zira dane mısırda ülke kendine yeterli hale gelmiştir. Ayçiçeğinde fark ödeme desteği birim fiyatındaki artış ise %111,64 olmuştur.

Tablo 11. Türkiye'de Fark Ödeme Desteği Birim Fiyatları (Kuruş/kg)
Table 11. Deficiency Payment Subsidy Unit Prices in Turkey (penny/kg)

Ürünler	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Değişim (2017/2008)
Kütlü Pamuk	27	42	42	42	46	50	55	65	75	80	196,30
Ayçiçeği (Yağlık)	18,9	21	23	23	24	24	30	30	40	40	111,64
Soya	20,7	27,5	35	50	50	50	50	50	60	60	189,86
Kanola	20,7	23	27,5	40	40	40	40	40	50	50	141,55
Aspir	20,7	25	30	40	40	45	45	45	55	55	165,70
D.Mısır	3,6	4	4	4	4	4	4	4	2	3	-16,67

Kaynak: Resmi Gazeteler (2007-2017).

3.11.Yağlık ayçiçeğine verilen desteklerin ürün maliyeti ve üretici gelirine yansıması

Ayçiçeği üretiminde dekar başına maliyet 264,00 TL, kg başına maliyet ise 1,06 TL olarak belirlenmiştir. Birim alandan elde edilen gelir ise (1,89 TL/kg * 250 kg) 472,50 TL'dir. Bu değere; 100,00 TL fark desteği (250 kg*0,40 kuruş) ve 21,80 TL diğer destekler toplamı eklenince üretici geliri 594,30 TL'yi bulmaktadır (Resmi Gazete, 2017). 264,00 TL olan yağlık ayçiçeği maliyeti verilen destekler çıkartıldığında 142,20 TL düzeyine düşmektedir. Diğer taraftan üretici karı ise (594,30-264,00) 330,30 TL/da düzeyine yükselebilmektedir.

4. SONUÇ

Türkiye'de bitkisel yağ arzı talebi karşılamaktan oldukça uzaktır. Meydana gelen açık ise ithalat ile kapatılmaktadır. Ülkenin bitkisel sıvı yağ tüketiminde ayçiçeği yağı ilk sırada yer almaktadır. Yurtiçinde tüketilen 900 bin ton civarındaki ayçiçeği yağının yaklaşık 500-550 bin tonu ülke üretiminden karşılanmaktadır. Aradaki yağ açığı ise yağlık ayçiçeği tohumu ya da ham ayçiçeği yağı ithalatıyla kapatılmaya çalışılmaktadır.

Türkiye'nin yağlı tohum ihtiyacının ülke içinden karşılanması son derece önemli olup, ciddi bir ithalat kalemi olan yağlı tohumlarda, üretimi artırıcı politikaların hayata geçirilmesi zorunluluk arz etmektedir. Uygulanacak politikaların ise Dünya şartlarıyla rekabet edebilecek düzeyde, tutarlı ve kalıcı özellikte olması gerekmektedir.

Ayçiçeği ülke genelinde üretimin artırılması için; özellikle Trakya Bölgesi haricindeki diğer bölgelerde ayçiçeği üretimine verilen fark desteği daha üst düzeyde tutulmalı, destekleme primleri birim fiyatları gelir rekabetini yağlı tohumlar lehine olacak şekilde verim ve parite göz önüne alınarak belirlenmeli, 2. ürün ayçiçeği üretimi için diğer bölgelerde (örneğin Ege Bölgesi) çalışmalar yürütülmeli, ülkenin önemli havzalarından olan GAP Bölgesinde ayçiçeği üretimine özel önem verilmeli, yağ oranı yüksek olup, suya ve gübreye daha yüksek reaksiyon gösteren çeşitlerin ıslahına ve yaygınlaştırılmasına çalışılmalı, birçok pozitif yöne sahip Oleik tip ayçiçeği üretimi teşvik edilmeli, özellikle ayçiçeği üretiminin sulu koşullarda yapılması verilecek teşviklerle özendirilmelidir.

Bununla birlikte, ülke genelinde ayçiçeği üretimini artırmaya çalışırken, diğer yağlı tohumlu bitkilerin de üretimi artırılmaya çalışılmalıdır. Öncelikle Türkiye için önemli olabilecek diğer alternatif yağlı tohumlar üretimi, Trakya haricindeki bölgelerde (örneğin iklim özellikleri uygunluk gösteren Orta Karadeniz ve İç Anadolu Bölgelerinde) çeşitli yöntemlerle teşvik edilmelidir.

KAYNAKÇA

GTB. (2017). 2016 Yılı Ayçiçeği Raporu. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı. Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü. Ankara. (http://koop.gtb.gov.tr/data/58e5f4451a79f54dd851b457/2016%20Ay%C3%A7i%C3%A7e%C4%9Fi%20Raporu%20son%20hali.pdf, erişim tarihi 29.05.2018)

GTHB. (2017). Ürün Maliyetleri. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Edirne İl Müdürlüğü kayıtları.

GTHB. (2018). Tarımsal destekler. (https://www.tarim.gov.tr/Haber/1213/2017-Yilinda-Yapilacak-Tarimsal-Destekler-Belirlendi, erişim 29.05.2018)

GÜL, V, ÖZTÜRK, E, POLAT, T. (2016). Günümüz Türkiye'sinde Bitkisel Yağ Açığını Kapatmada Ayçiçeğinin Önemi. Alınteri Dergisi, 30 (B), 70-76.

KAYA,T E, SEZGİN, A, KÜLEKÇİ, M, KUMBASAROĞLU, H. (2010). Dünyada ve Türkiye'de Ayçiçeği Üretimi ve Dış Ticaretindeki Gelişmeler. Alınteri Dergisi, 18 (B), 28-33.

RESMİ GAZETE. (2007-2017). 2017 Yılında Yapılacak Tarımsal Desteklemelere İlişkin Karar. (18 Ağustos 2018 tarih ve 30158 mükerrer sayılı, Bakanlar Kurulu Karar Sayısı: 2017/10465 ve 2007-2016 yılları arasında yayınlanan ilgili diğer resmi gazeteler).

SAV, O, SAYIN, C. (2016). Türkiye'de Yağlı Tohumlar Sektörü ve İzlenen Politikalar. 12.Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi. Cilt-1. 763-770. 25-27 Mayıs 2016, Isparta.

SEMERCİ, A. (2012). Evaluation of the changes in the cost factors of sunflower production in Turkey. Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, 9(3), 54-61.

SEMERCİ, A. (2013). The effects of agricultural subsidies on sunflower cultivation and farmers' income: evidence from Turkey. Pak. J. Agri. Sci, 50 (1), 139-145.

SEMERCİ, A. (2014). The place and importance of cultivating sunflower (Helianthus annuus L.) in agriculture enterprises in Turkey: a case study of Thrace region. Custos e @gronegócio on line, 10(2),184-204.

SEMERCİ, A. (2016). Effects of agricultural supports on farmer's revenue and product costs: The case of Turkey. Custos e @gronegócio on line, 12(3), 71-96.

TBYSD. (2018). Türkiye Bitkisel Yağ Sanayicileri Derneği verileri.(http://www.bysd.org.tr/, erişim 02.06.2018)

Trakyabirlik. (2018). Ayçiçeği Ön Alım Fiyatı. (http://www.trakyabirlik.com.tr/tr/duyurular/haber-detay/Aycicegi-On-Alim-Fiyati/72/416/0, erişim tarihi 02.06.2018)

TOBB. (2018). Ticaret Borsaları Bilgi Sistemi. (https://borsa.tobb.org.tr/fiyat_sorgu2.php?ana_kod=4&alt_kod=602, erişim tarihi 01.06.2018)

TOP, BT, UÇUM, İ. (2016). Durum ve Tahmin (Ayçiçeği 2016/2017). GTHB Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü (TEPGE) Yayınları No:276. Ankara. 41 s.

TÜİK. (2017). Bitkisel Üretim Verileri, Türkiye İstatistik Kurumu. (veri tabanları/istatistiksel tablolar/bitkisel üretim istatistikleri/yağlı tohumlar, http://www.tuik.gov.tr/PreTabloArama.do, erişim tarihi 03.06.2018)

Kamu Diplomasisi Açısından Türk Dış İşlerinin Sosyal Medya Kullanımı: Twitter Örneği

Öğr. Gör. Ahmet AYDIN[1] **Öğr. Gör. Esra BÜDÜN[2]**

[1]Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, ahmetaydin@ksu.edu.tr

[2]Kırklareli Üniversitesi, Pınarhisar Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, esrabudun@klu.edu.tr

Özet: Post modern iletişim döneminde iletişim kanalları geleneksel iletişim dönemine göre farklılık göstermektedir. Yüz yüze iletişimin etkili olduğu geleneksel iletişim dönemi, post modern dönem iletişim de ise sanal iletişime yönelmektedir. Sanal iletişim, insanların fiziksel olarak bir arada bulunmadığı fakat iletişim kanalını bir ağ aracılığıyla gerçekleştirdiği mecradır. Bu ağlar içerisinde sosyal medya oluşmaktadır. Sosyal medya ise günümüzde insanlar arasında iletişimin en hızlı ve etkili olmasını sağlamaktadır. İletişim kimi zaman insanlar için etkili olmakta kimi zaman ise hiçbir etki yapmamaktadır. Sosyal medyanın etkisi günümüzde siyaseti de etkilemektedir. Siyasiler kamuoyunun desteğini almak ve düşüncelerini anlatabilmek için sosyal medyayı kullanmaktadır. Bu bağlamda Türk Dışişleri de sosyal medyayı kullanarak bir kamuoyu algısı yaratmak ve destek sağlamak amacıyla sosyal medyayı kullanmaktadır. Bu çalışmada, Chomsky ve Herman'ın propaganda modeli, Türk dış ilişkilerinin Twitter aracılığıyla kamuoyunu nasıl etkilediğine dair kamu diplomasisi açısından değerlendirilmiştir. Çalışmada Türk dışişlerinin sosyal medyadaki etkisi ve işlevi ile kamuoyuna etkileri propaganda modeli çerçevesinde incelenecektir. Sonuç bölümünde Türk dışişlerinin kamu diplomasisi uygulamasının Twitter'daki etkisine ilişkin bir değerlendirme yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kamu Diplomasisi, Twitter, Dış İşleri, İletişim, Sosyal Medya.

Use Of Social Media For Turkish Foreign Exchange For Public Diplomasis: Twitter Example

Abstract: Communication channels in the postmodern communication period differ according to the traditional communication period. The traditional communication period in which face-to-face communication is effective and the postmodern communication is oriented to virtual communication. Virtual communication is a medium in which people do not physically coexist but perform the communication channel through a network. Social media is forming in these Networks. Today, social media is the fastest and most effective means of communication among people. Communication is sometimes effective for people and sometimes it has no effect. The influence of the social media is also influenced today in politics. Politicians use social media to get public support and to express their thoughts. In this context, the Turkish Foreign Ministry also using social media to create a public perception of and support use of social media. In this study, Chomsky and Herman's propaganda model was evaluated in terms of public diplomacy as to how Turkish foreign affairs affected public opinion through Twitter. The impact of the Turkish foreign affairs on the social media and the public influence will be examined within the framework of the propaganda model. In the conclusion section, an evaluation will be made regarding the effect of public diplomacy of Turkish foreign affairs on Twitter.

Keyword: Public Diplomacy, Twitter, Foreign Affairs, Communication, Social Media.

1. GİRİŞ

Günümüz iletişim kanalları sayesinde insanlar birbirine daha kolay ulaşmakta ve konuşmaktadır. İletişim kanalları insanların duygu düşüncelerini rahatça ortaya koymaktadır. İletişim, insanların duygu ve düşüncelerini sözlü ya da sözsüz bir şekilde karşı tarafa yansıtma çabasıdır. O halde insanlar duygu ve düşüncelerini karşı tarafa yansıtırken iletişim kanallarını aktif bir şekilde kullanmaktadır.

İnsanların iletişim sürecini iletişim kanallarıyla devam ettirmesi süreci şirketlerde veya devletlerin sahip olduğu kurum/kuruluşlarında aktif bir şekilde kullanmasına sebep olmaktadır. Bu sebeptendir ki şirketler, devlet kurum/kuruluşları kamuoyuna daha fazla yaklaşabilmek ve kamuoyu desteğini alabilmek adına birçok çalışmalar yapmaktadır.

Sosyal medya hayatımıza 21. Yüzyılın başlarında ortaya çıkmıştır. İnsanoğlunun iletişim sürecini değiştiren internet, sosyal medya aracılığıyla zirve noktasını görmektedir. Sosyal medya insanlar için özgür düşünceyi ifade etme ve düşünceyi yayma alanı olarak kullanmaktadır. Bu yüzden insanların aktif olarak internet kullandığı yerde şirketlerin, devletlerin olmaması düşünülememektedir.

Devletler, uluslararası bir alanda kendisini ifade edebilmek, uluslararası kamuoyu yaratmak ve diğer uluslara kendisini tanıtmak amacıyla sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmaktadır. Sosyal medya devletler için büyük önem taşımaktadır. Çünkü sosyal medya devletler için aleyhine oluşabilecek olaylara karşı acil önlem mekanizması görevi görmektedir.

Kamu diplomasisi devletler için son dönemde üzerine gitmesi gereken ve önem arz eden bir iletişim faaliyeti arasında olmaktadır. Kamu diplomasisi kişisel bir faaliyet değil ve aynı zamanda toplum veya toplumlar arasında duygu ve düşüncelerin iletildiği bir etkileşimsel araç olarak ifade edilmektedir. Devletler kamu diplomasisi uygulamasını uygularken amacı kamuoyunun desteğini almak ve gelecekte olası aleyhte durumlara karşı bir emniyet kemeri oluşturmaktadır. Bunu bilen devlet kurum/kuruluşları sosyal medyaya önem vermektedir.

Etkin olarak kullanılan sosyal medya araçlarından birisi de uluslararası kuruluş olan Twitter'dir. Twitter dünyada kamuoyunun oluşmasını sağlayan ve kamuoyunu harekete geçiren bir sosyal medya aracıdır. Bu yüzden Twitter devletler için uluslararası alanda iletişim sürecini hızlandıran, kamuoyu oluşturan ve politikalarını gösterebildiği sosyal medya aracı olmaktadır.

Bu çalışmada sosyal medya aracı olan Twitteri Dış İşleri Bakanlığının kamu diplomasisi açısından ne şekilde yönettiği ve kamuoyu ile ilişkini değerlendiren bir araştırma yapılacaktır. Bu değerlendirme propaganda yaklaşımı ile halen etkin bir şekilde kullanılan twitterin dış işleri bakanlığı tarafından ne derece aktif ve etkin kullanıldığı analizi doğrultusunda yapılacaktır.

2. KAMU DİPLOMASİSİ

İnsanlık tarihinin ilk dönemlerinden itibaren toplu olarak yaşayan insanlar, iletişimi de zorunlu hale getirmiştir. Ancak insan bu sayede hem kendi varlığını hem de var olan toplum ilişkilerini yeniden ortaya çıkarabilmektedir. İletişim faaliyeti birlikte yaşamanın temel özelliğidir. Bir bakıma anlam yaratmadır(Yaylagül, 2017:14). İletişim insanoğlunun var olduğu günden beri kendini ifade edebilme çabası içerisine girmiştir. İletişim, bir düşünce, bir bilgi ya da kavramların olduğu birikimlerini sembolleştirerek etkileşime geçme yolu olmaktadır. İnsanların uyanık oldukları zaman içerinde %70'ini ayırdıkları zaman dilimine batı dillerinde karşılığı '' Communication'' terimi Latince de ''Communis ve Communicare'' kelimelerin birleştirilerek ortak anlamındaki kelimelerden oluşturulmuştur(Göksel ve Yurdakul, 2010:62). İnsanın iletişime geçmesi kendi varlığını sürdürme çabası ve bu çabayı sürdürürken süreçteki gelişmelere göre değişime uğrayan bir süreçtir. İletişim sayesinde insanlar nesnelerin ne olduğunu anlar, iş bölümü yapılmış ve roller yüklenmiş insanlar görevlerini yerine getirirken bu rol dağılımını yaşadığı toplumdaki yaşam şeklini belirtmektedir(Eroğlu, 1996:275).

İletişim sadece bir istek ya da düşünceyi iletme aracı olarak görülmemelidir. İletişim odaklı yapılan faaliyetler bulunmaktadır. Bunlar insanların iletişim sürecinde kullandığı beden dili, giyim-kuşam, dinlediği müzik, gittiği mekânlar, sosyal statüsü ve çevresel ortamları olarak görebiliriz. İletişim faaliyetleri insanlar için önem arz etmektedir. Bunun sebepleri kişilerin kendisini daha iyi ifade edebilme, toplumda değer görme, topluma entegre olabilme vb. olarak sıralanmaktadır. İletişim amacıyla kullanılan stratejiler iletişim sürecinin daha sağlıklı işlemesini ve düşüncelerin sağlıklı bir şekilde iletilmesini sağlamaktadır.

Strateji, TDK'ya göre ''bir ulusun veya uluslar topluluğunun, barış ve savaşta benimsenen politikalara destek vermesi amacıyla politik, ekonomik, psikolojik ve askeri güçleri bir arada kullanma bilimi ve sanatı, sevkülceyş'' belirtilmiştir. Kişisel arası iletişimde strateji iletişimin temel öğesidir. İletişim aşaması bir süreçtir. Kişiler bu süreç içerisinde stratejiler kullanarak iletişim sürecini gerçekleştirmektedir. İletişim stratejileri sürecinde kullanılan birçok stratejiler bulunmaktadır.

Kamu diplomasisi kişisel bir faaliyet değil ve aynı zamanda toplum veya toplumlar arasında duygu ve düşüncelerin iletildiği bir etkileşimsel araçtır. İletişim stratejileri kavramları içerisinde kullanılan halkla ilişkiler, kamu diplomasisi, ekonomi, eğitim ve sosyal medya vb. kavramlar bulunmaktadır. Bu kavramlar toplumların birbirlerine sağlıklı ya da sağlıksız iletişim sayesinde yaklaşmasını/uzaklaşmasını sağlamaktadır. Bu sebepten dolayı iletişim stratejileri uygulanırken inandırıcı ve ikna edici olması gerekmektedir.

2.1. Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler

20. yüzyılın fenomeni olarak görülmekte olan halkla ilişkiler kamuoyunun her dönemde ihtiyaç duyduğu ve tarihin çok eskilerine uzanan bir geçmişe sahiptir. Thomas Jefferson'un dış ilişkileri ile ilgili olarak kullandığı halkla ilişkiler deyimi, bugün ki en yakın anlamında Yale Hukuk okulundan hukukçu Dorman Eaton tarafından 1882 yılında dile getirilen ''Halkla ilişkiler ve mesleğin görevleri ''sözüyle halkın için yararının ortaya atmıştır(Peltekoğlu, 2016:92).

Birçok tanımlama yapılmasına rağmen konunun uzmanları tarafından halen bir görüş birliğine varılmamış ve genel kanatın kabul ettiği bir görüşe varılamamıştır. James L. Camey'e göre halkla ilişkiler '' Kamu alanında, yurttaşlar ile devlet mekanizmaları arasında dolaylı ya da doğrudan yapılan temaslar ile bu temaslarda saklı tesir ve davranışlardan doğan tepkinin toplamıdır.'' Rex F. Harlow ise halkla ilişkileri ''Bir kuruluşun sosyal sorumluluğunu vicdanlı bir biçimde gerçekleştirmeye yarayan, firmanın faaliyetlerinin halk tarafından kabul edilen ve onaylanan bilim dalıdır. 'şeklinde ifade etmektedir. Marshall E. Dimock halkla ilişkileri ''Yöneticinin kuruma karşı halkın güvenini ve ilgisini güçlendirmek için planlı bir şekilde politika oluşturarak gerçekleştirmesi'' olarak tanımlarken; M. Croizer '' Girişimcilerin ve kurum yöneticilerinin toplumun iyi niyetini sağlamak ve sempatisini kazanmak için başvurdukları faaliyetlerin tümü'' olarak tanımlamıştır(Göksel ve Yurdakul, 2010:5-6).

Amerika'da ortaya çıkan halkla ilişkiler de özel kesimin etkisi görülmektedir. 1930'lu yıllarda halkın kamu yönetimine baskısı sonucunda, kamu yönetimi halkla ilişkiler faaliyetlerini planlı ve bilinçli bir şekilde yapmaya başlamıştır. Kamu yönetiminin bir alt dalı olarak halkla ilişkiler siyasal sistemin demokratikleşmesini ve insani değerlerin gelişmesindeki bir koşul olarak gelişmektedir. Kamu yönetiminde halkla ilişkiler sadece teknik bir iletişim konusu olmamakla birlikte aynı zamanda kamu yönetiminin çevresiyle ilgili ilişkilerde dengeli ve uyumlu bir iletişim sağlamaktadır(Yalçındağ, 1986:132).

Halkla ilişkiler, kuruluşların, şirketlerin ve kişilerin halkla ve medya ile iletişim biçimidir. Bir halkla ilişkiler uzmanı, hedef kitleye doğrudan ya da dolaylı bir şekilde medya ile iletişim kurar ve böylece olumlu bir görüntü yaratır ve korur. Aynı zamanda kitle ile güçlü ilişki kurar. Dünya çapında internet kullanımının yanı sıra basın açıklamaları, haber bültenleri ve basın bültenlerini de kullanırlar(http://www.ipr.org.uk/).

Halkla ilişkileri sadece işletme temelli düşünmek eksik bir bilgi olarak değerlendirilmektedir. Eğitim seferberliği, sağlık iletişim, nüfus planlaması ve sigara ile mücadele gibi toplum için yararlı olan konularda halkla ilişkilerin pek çok yararı olmaktadır. İletişim yönteminde halkla ilişkiler tüm hedef kitleye hitap etmelidir. Halkla ilişkiler ülkenin kurum ve kuruluşlarının ortak değerlerini koruyabilmekte, toplumsal yarar sağlayan projeler üretebilmekte aynı zamanda yoksulluğa çözüm üretebilmektedir. Ayrıca halkla ilişkiler hedef kitlenin beklenen eğilimlerini anlama ve erken uyarı sistemi olarak yararlı değişimlere uyumu sağlarken kullandığı, iletişim araç ve yöntemleridir(Peltekoğlu, 2016:8-9).

Kamu diplomasisi uygulamaları halkla ilişkiler uygulamalarıyla etkileşimli bir şekilde yürütülmektedir. Bu etkileşim çift yönlü devam etmekte ve kamuyu ikna etme sürecini hızlandırmaktadır. Halkla ilişkiler uygulamaları kurum ve kuruluşların stratejik planlarını hızlı bir şekilde kamu diplomasisine çevirebilmektedir. Bu yüzden kamu diplomasisi uygulamaları iç-dış uygulamalarda halkla ilişkiler çalışmalarını kullanmaktadır.

2.2. Kamu Diplomasisi ve İletişim Stratejileri

Uluslararası devletlerin, kurum ve kuruluşların, halkların ve aktörlerin birbirleriyle etkileşimi diplomasi sayesinde sağlanması diplomasi denirken, uluslararası değişimlerin olması ve farklı diplomasi alanların ortaya çıkması çoklu etkileşimleri ortaya çıkartmıştır. Bu etkileşimlerin geneli kamu diplomasi olarak görülmektedir. Karmaşa ve belirsizlik tezahür ettiğinden kamu diplomasisini yeniden tanımlama ihtiyacı olmuştur.

Melissen'e göre I. Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan yeni kamu diplomasisi, propaganda gibi tek taraflı ve iletişim stratejisi olmayan eski kamu diplomasisinin tersine çift taraflı angaje edecek bir iletişim stratejisini gündeme getirmiştir(Say, 2015:26). Kamu diplomasisi temelleri 17. yy'a dayanmaktadır. 17.-18. Yüzyıl Fransız kültürü ağırlıklı olduğundan diplomasi dili Fransızca haline gelmiştir. Fransız Devriminin getirdiği etki ile Fransa dünyada birçok ülkeye örnek olmuştur. Bu yüzdendir ki, Almanya ve İtalya gibi ekonomik gücünü tamamlayamamış ülkeler denizaşırı ülkelere kendisini tanıtmak ve ekonomik gücünü kazanmak için kuruluşlar kurmuştur. I. Dünya Savaşı başladığı zaman ülkeler bu kurum ve kuruluşları propaganda amaçlı kullanmışlardır ve ofisler açmışlardır. Diplomatik çalışmalarda geride kalan ABD (Amerika Birleşik Devletleri) 1917 yılında Başkan Wilson tarafından Kamu Bilgilendirme Komitesi'ni (Public Information Committee) kurmuştur.

1920'lerde radyonun bulunması ile ülkelerin diğer ülkelerde kendi düşüncelerini ve kültürlerini anlatma fırsatı yakalamıştır. II. Dünya Savaşı'nda radyoların önemi daha çok artmıştır(www.kamudiplomasisi.org).

II. Dünya Savaşı'ndan sonra ortaya çıkan Soğuk Savaş dönemine girmiştir. Bu dönemde kamu diplomasisinin önemi daha fazla artmaya başlamıştır. İkili güç yapısının ve nükleer silahların insanları taraf olmaya yönlendirdiği zaman insanların daha fazla mutlu ve huzurlu olabilmelerini sağlayan kamu diplomasisinin etkileri olmuştur(Köksoy, 2013:56).

Soğuk Savaş döneminde komünist bloka karşı sistematik olarak ABD kamu diplomasisini kullanmıştır. Bu dönemde en önemli faaliyeti USIA(United States Agency International Development), 1990 yılında Sovyetler Birliği'nin yıkıldığına inanılarak ve misyonunu tamamlamasıyla 1999 yılında Amerika hükümeti tarafından maddi olanakları ve yetkileri azaltılarak Dış İşleri Bakanlığı'na devredilmiştir. Daha sonra 11 Eylül 2001 yılında ABD 'de meydan gelen terörist saldırılar, bunun peşine Irak ve Afganistan müdahaleleri ABD'yi kamu diplomasisini itibarını kazanmak amacıyla başlatmıştır. Bu kavram 11 Eylül 2001'den sonra Amerika'da sık kullanılan bir terim haline gelmiştir(Karadağ, 2016:23).

11 Eylül saldırılarından sonra Amerika'da değerlendirmeler değişkenlik göstermiştir ve dünyada kamu diplomasisine en fazla ihtiyaç duyulan bir döneme girmiştir. Bu dönemde soğuk savaştaki gibi karşı karşıya kalınan bir askeri güç yoktu, askeri caydırıcılık ve güç kullanmak eskisi kadar önem arz etmiyordu. Bu dönemde tehditler, düşmanlar belirsizdi. Çatışmalar ve saldırılar asimetrik bir şekildeydi. Devlet, halkını ve dış dünyadaki ulusların kamuoyu algısını lehine alabilmek için yeni yollar araştırmaktaydı. 21. Yüzyılda toplumları kazanmak hem de tehditleri bertaraf edebilmek adına kamu diplomasisi önemi bir daha ortaya çıkmaktaydı(www.kamudiplomasisi.org).

Demokratik rejimi benimseyen uluslarda hükümetler kamuoyunun tepkisine göre tutumlarını belirlerler. Ayrıca sendikalar, siyasi partiler ve iş çevreleri de tutumlarını kamuoyunun tepkisine göre hareket eden kuruluşlardır. Demokratik yönetimler de kamuoyunun inanmadığı, benimsemediği ve desteklemediği şeylerin olmayacağı bu yüzden de siyasi aktörlerin toplumun düşünce ve inanışlarını iyi okuması gerektiği ve bireylerin davranış ve tutumlarını dikkate alarak hükümet politikasını oluşturması gerektiğinin zorunluluğunu ortaya çıkartmıştır. Aksi durumda hükümetlerin meşruiyeti sorgulanır duruma gelecektir(Köksoy, 2013:58-59).

2.3. Kamu Diplomasisi ve Pazarlama

Rekabet ortamında yoğunluk gittikçe artmaktadır. Dolayısıyla mal ve hizmetlerini daha iyi satabilmek adına hedef kitle nezdinde iyi bir imaja sahip olası ve olası krizlerle baş edebilmek için halkla ilişkiler ve pazarlama iletişim stratejisine önem verilmeye başlanmıştır(Göksel ve Yurdakul, 2010:86).

Geleneksel pazarlama anlayışı ile çağdaş pazarlama anlayışı arasında bir takım gelişim ve değişimler bulunmaktadır. Çağdaş pazarlama anlayışı tüketicinin istek ve ihtiyaçlarını karşılayarak kar etme amacındadır. Bu anlayışa göre pazarlama süreci üretimin yapıldığından sonra değil üretimin öncesinden itibaren başlamaktadır. Çağdaş pazarlama yönetimi pazarlamayı sistematik olarak Satışın öncesi-Satış Anı-Satış sonrası göstermektedir(Göksel ve Yurdakul, 2010:86).

Ülkelerin pazarlama stratejilerindeki amaç ülke markası oluşturmaktır. Buradaki ülkelerin politikaları olgusal olarak üründür. Hükümetlerin ülkeler nezdinde oluşturduğu imaj ve ün ülkenin marka imajını ortaya çıkartmaktadır. Ülkeler için oluşturulan olumlu imaj sayesinde ülke adına bulunan ya da ortaya çıkmış olumsuz imajda ortadan kalkmış olacaktır. Hükümetler ülkeleri adına iletişimsel olarak ülkeleri adına çıkmış haberleri ülke içi ve ülke dışı faaliyetlerini takip etmek zorundadır. Bu yüzden iletişim stratejilerinden olan kamu diplomasisi pazarlama ile birlikte siyasi bir hal almıştır. Ülke adına olumlu bir pazarlama diplomasisi yapılmış ise uzun vadede ülkeler için marka oluşturmak adına hükümetleri, büyük şirketleri, sanatçıları ve ünlüleri, önemli oyuncuları bir araya getirmektedir. Bu koordinasyon tam sağlandığı anda ülke adına oluşacak olan markanın önüne bir engel çıkmayacak ve rekabet ortamına katılacaktır.(Yılmaz, 2012:249).

Pazarlama stratejisi uluslararası platformlarda markanın oluşmasına, gelişmesine ve ülke imajını geliştiren ve koruyan bir iletişim stratejisidir. Ülkelerin kendilerini nasıl bir şekilde uluslararası platformlarda pazarlama faaliyeti içerisinde bulunurlarsa o kadar ülkenin tanınırlığı artacak ve temsili imajı belirlenecektir. Bir ülkenin dünyada markalaşmasını 3 unsur belirlemektedir:

- Markanın ihraç edilmesi
- Dış ülkelere yapılan yatırımların doğrudan yapılması
- Turizm

Bir ülkenin markası dünyaca ünlü ve diğer ülkelere ihracat yapıyorsa o ülkenin imajı pozitif yönde değer katmaktadır. Örneğin, Almanya menşeili olan Mercedes ve Bmw ve Audi markalı araçların olması bu markaların önüne Alman ekolünü akla getirmektedir. Bu şekilde Alman markası bu ürünler sayesinde dünyaya ihraç edilmektedir. İngilizlere ait olan Jaguar'ın ya da İtalya'ya ait olan Gucci markasının ülkesine kattığı marka değeri olarak uluslararası platformlarda ülkelerine olumlu imajlar bırakmaktadır(Karagöz, 2016:29).

Bu sayede ortaya çıkan olumlu imajlar aracılığıyla ülkeler kamu diplomasisini etkin bir şekilde kullanmakta ve gelecekte aleyhlerine ortaya çıkacak olaylara karşı önlem almaktadır. Pazarlama, kamu diplomasisi açısından ülkelerin kamuoyuna karşı ilişkilerini düzenlemekte ve ülke tanıtımı için büyük rol oynamaktadır.

2.4. Kamu Diplomasisi Ve Teknoloji, İnternet

Teknoloji ve internet günümüzde önem arz eden unsurların başında gelmektedir. Kamu diplomasisi bağlamında etkin bir şekilde kullanılan teknoloji ve internet unsurları ülkelerin kendilerini dış dünyaya daha hız ve doğru bir şekilde sunmasına neden olmaktadır. Teknoloji ve internet aracılığıyla ülkeler siyasi, kültürel ve sosyal olarak kamuoyuna düşüncelerini hızlıca iletmektedir. Bu da ülke adına yurtdışında kamuoyu oluşturmasını sağlamaktadır.

Teknolojiyi sadece cep telefonu ve bilgisayarda gerçekleştirilen uygulamalar olarak sınırlandırmamak gerekmektedir. Bunun yanı sıra teknoloji sayesinde satış, reklam, basın-yayın ve diğer birçok faaliyetler yapılmaktadır(Erzen, 2014:142).

Ses, yazı ve görüntüden ibaret olan iletişimin üç geleneksel biçimini birbirinden ayıran sınırları ''Dijital Devrim'' sayesinde paramparça etmiş internetin ortaya çıkarak hızla büyümesine olanak sağlamıştır. Artık internet kendisini ifade etme, bilgiye erişme ve eğlence aracı olarak kullanımıyla orantılı olarak iletişimin dördüncü gücü biçimini almıştır(Kurtuluş, 2014:176).

İletişim araçlarını uluslararası politikada kullanarak bilgi ve algı üzerine çalışma yapana devletler buna önem vermektedir. Türkiye'nin TRT (Türk Radyo Televizyon)'si, ABD'nin CNN (Cable News Network''i, Almanya'nın Deutsch Welle'si, Avrupa Birliği'nin EuroNews'i, İngiltere'nin BBC(British Broadcasting Corporation)'i, Rusya'nın RT (Russian Today)'i, Arapların Al-Cezire'si ve Çin'in CCTV (Chine Central Television)'u gibi kanalları kullanan ülkelerin kitle iletişim kanallarını iletişimsel bir silah olarak kullanmaktadırlar(Ekşi, 2014:109).

İletişim en önemli araçları olarak görülen klasik kitle araçları, 21. Yüzyıldan sonra artık bu durumu tersine doğru yaşamaya başlamıştır. Buna sebep olan unsurlar ise uydu ve internet teknolojileri kitle araçlarının eski gücüne ulaşması için kitle araçlarını güncellemiştir. Bugün dünyanın neresine giderseniz gidin Türkiye'de televizyonda izlediğiniz Türk dizisini internet aracılığıyla her yerde izlenebilmektedir. Geleneksel kitle araçları tel yönlü iletişim sağlarken, internet teknolojileri sosyal medya araçları (Facebook, Twitter, Instagram, Blog, web sayfaları vb) ile çift yönlü iletişim sağlanmaktadır(Köksoy, 2013:236).

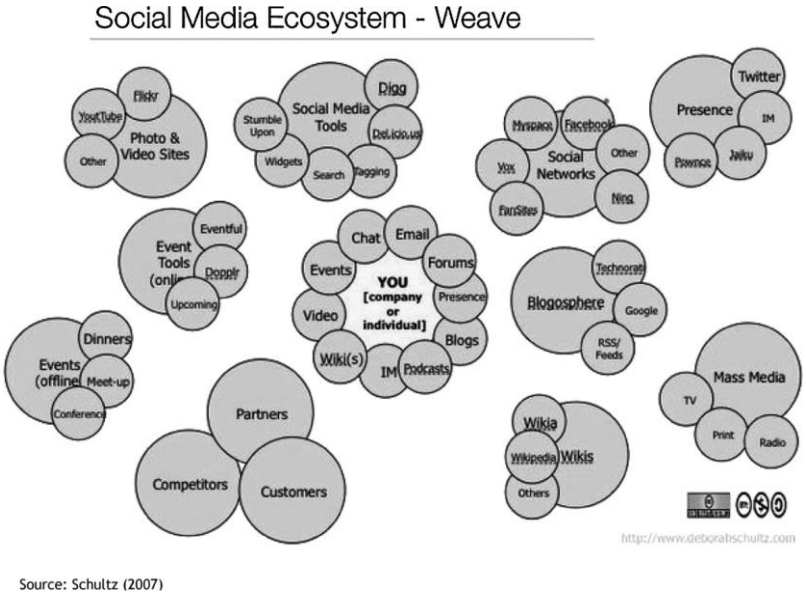
Devletler bugün teknoloji ve interneti kullanarak fikirlerini, politikalarını ve hedeflerini kamuoyuna ya da dış kamuoyuna anlatabilmek adına etkin bir şekilde kullanmaktadır. Bu şekilde bilgi alış-verişini daha hızlı sağlayabilmekte ve iletişimsel kendilerini daha iyi tanıtabilmektedirler.

2.5. Kamu Diplomasisi ve Sosyal Medya

Resmi bir tanımın olmamasına rağmen, "sosyal medya", genellikle tüketiciler tarafından oluşturulan, genellikle ilgili deneyimlerden haberdar edilen ve arşivlenen ya da diğer gösterilebilir tüketicilerin kolayca erişebilmesi için çevrimiçi paylaşılan olmaktadır. Bu, teknik anlamda tüketicilerin internette "post", "tag", "digg'' veya "blog" gibi çeşitli uygulamaları içerir. Bu sosyal medya tarafından üretilen içerikler, tüketiciler tarafından ürün, marka, hizmet ve konular hakkında eğitmek amacıyla oluşturulan, başlatılan, dolaşan ve tüketiciler tarafından kullanılan çeşitli yeni ve yeni çevrimiçi bilgi kaynaklarını içermektedir. Aksine, pazarlamacılar ve tedarikçiler tarafından sağlanan içeriğe göre, tüketiciler tarafından sosyal medya kendi aralarında paylaşılacak şekilde üretilmektedir. Daha fazla ve daha fazla gezgin, webde bulunan bu "ortak istihbarat" a dokunuyormuş gibi görünmektedir(akt. Zheng and Ulrike, 2010: 180).

Bir etki alanı olarak, sosyal medya ekosistemi tüketici deneyimine odaklanır. NHL için sosyal medya pazarlaması ve stratejisi müdürü Mike Di Lorenzo'nun belirttiği gibi, ‘‘ Sosyal ağlar Web siteleriyle ilgili değil. Onlar "deneyimleri" ile ilgilidir(Akt. Hanna, Rohm and L.Crittenden, 2011:268) . Bu deneyimler, pazarlamacıların geleneksel medyayla birleştirilmiş çevrimiçi sosyal medyanın birbirine bağlılığı yoluyla şirketin genel bütünleşmiş pazarlama iletişimi stratejisine erişim, yakınlık ve katılımı birleştirebildikleri zaman ortaya çıkar(Hanna, Rohm and L.Crittenden, 2011: 267-268).

Şekil 1: Sosyal Medya Ekosistemi



Source: Schultz (2007)

Kaynak: Schultz(2007)

İnternet çağının yaşandığı bu dönemde siyaset kendisini internet unsurlarına adapte etmektedir. Adapte olamayan siyaset kendisini yok etmekte ya da geri kalmaktadır. Bu yüzdendir ki siyaset interneti etkin kullanmaktadır. Siyaset kurumları sosyal medyayı siyasi pazarlama olarak kullanmaktadır. Uluslararası ilişkiler, diplomasi, siyasi politika uygulamalarında stratejilerini sosyal medya aracılığıyla kullanmaktadır. Sosyal medya bu dönemde devlet- devlet, devlet- halk ilişkilerini düzenlemektedir. İşte burada kamu diplomasisi uygulaması devlet-devlet, devlet-halk arasındaki diplomatik ilişkiyi sosyal medya ile sağlamaktadır. Sosyal medya aracılığıyla toplumu anlama, problem çözme ve geri dönüşüm alma faaliyetlerini kullanmaktadır.

Sosyal medya araçlarından olan Twitter, bugün anlık tepki ölçme ve yaratma ya da geri dönüşüm alma aracı olarak kullanılmaktadır. Türkiye’de Twitter uygulaması etkin olarak kullanılmaktadır.

3. YÖNTEM

Bu çalışmada kamu diplomasisi alanında çalışma yapan dışişleri bakanlığının sosyal medya aracı olan twitter’da sosyal medya kullanıcılarını ne derece etkilediği ve ikna etme sürecinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda anket tekniği kullanılarak dışişleri bakanlığının Twitter’da etkin olup olmadığı ve ikna etmede başarılı olup olmadığı belirlenerek genellemeler yapılmıştır.

Genel tarama modelinde gerçekleştirilen araştırma çok sayıda elemandan meydana gelen evrende evren üzerinde genel bir kanıya varmak /evrenin tümü ya da tümünden alınacak olan örneklem grup veya bir grup üzerinden gerçekleştirilen tarama modelidir(Karasar, 2016:111).

Veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Anket ölçümü için Likert ölçeği anket sorularında kullanılmıştır. Ankette kişilerin demografik özelliklerinin yanı sıra sosyal medya, dış işleri bakanlığı, kamu diplomasisi ve Twitter ile ilgili sorular sorulmuştur. Araştırmaya gönüllü olarak katılan 104 kişiden veri elde edilmiştir.

3.1. Bulgu ve Yorumlar

Tablo 1: Cinsiyet Değişkeni

Cinsiyet	**Frekans(f)**	**Yüzde (%)**
Kadın	49	47,1
Erkek	55	52,9
Toplam	104	100

Araştırmaya katılanların %47,1 (f=49)'ini kadınlar oluştururken %52,9 (f=55)'ini erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Araştırma erkek katılımcıların kadın katılımcılara oranla yüksek olduğunu gösterirken %52,9-%47,1 yüzdeliklerinin birbirine yakın olması cinsiyetler açısından güvenilir ve genellenebilir sonuçlar elde etme açısından önem taşımaktadır.

Tablo 2:Yaş Faktörü

Yaş	**Frekans(f)**	**Yüzde(%)**
18-24	32	30,8
25-34	51	49
35-44	16	15,4
45 ve üstü	5	4,8
Toplam	104	100

Yaş dağılımı gönüllü katılım esasına göre yapılmıştır. Ankete katılan katılımcılardan en fazla %49 (f=51) oranla 25-34 yaş aralığı görülmektedir. Sırasıyla %30,8 (f=32) ile 18-24 yaş aralığı, %15,4 (f=16) ile 35-44 yaş aralığı gelmektedir. Yaş değişkenliğinde en az katılım %4-8 (f=5) ile 45 ve üstü yaş aralığı gelmektedir.

Tablo 3: Sosyal medya kullanım Süreniz(Haftalık)

Süre	**Frekans(f)**	**Yüzde(%)**
0-1 saat arası	6	5,8
1-2 saat arası	9	8,7
2-3 saat arası	15	14,4
4 saat ve üstü	74	71,2
Toplam	104	100

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre sosyal medya kullanım süresi(haftalık) en çok %71,2(f=74) oranıyla 4 saat ve üstü cevabı olduğu görülmektedir. Sırasıyla %14,4(f=15) ile 2-3 saat arası ve %8,7(f=9) ile 1-2 saat arası cevabı görülmektedir. Sosyal medya kullanım süresi(haftalık) soruna en az cevap %5,8(f=6) ile 0-1 saat arası olarak görülmektedir.

Tablo 4: Sosyal medyada Twitter kullanıyorum(Haftalık)

Süre	**Frekans(f)**	**Yüzde(%)**
0-1 saat arası	61	58,7
1-2 saat arası	14	13,5
2-3 saat arası	5	4,8
4 saat ve üstü	24	23,1
Toplam	104	100

Araştırma bulgularına göre sosyal medyada Twitter kullanma (haftalık) oranı en fazla seçenek %58,7 (f=61) oranı ile 0-1 saat arası ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sıra %23,1(f=24) ile 4 saat ve üstü, %13,5(f=14) ile 1-2 saat arası olarak ortaya çıkmıştır. Sosyal medyada Twitter kullanıyorum(haftalık) sorusuna en az yanıt verilen seçenek ise %4,8(f=5) oranıyla 2-3 saat arası olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Twitter sosyal yaşantımı etkilemektedir.

Görüş	**Frekans(f)**	**Yüzde(%)**
Hiç Katılmıyorum	47	45,2
Kısmen Katılmıyorum	13	12,5
Emin Değilim	10	9,6
Kısmen Katılıyorum	31	29,8
Tamamen Katılıyorum	3	2,9
Toplam	104	100

Araştırma sonuçlarına göre' Twitter sosyal yaşantımı etkilemektedir' sorusuna en fazla cevap %45,2(f=47) oranıyla Hiç katılmıyorum seçeneği olduğu ortaya çıkmıştır. Daha sonra sırasıyla %29,8 (f=31) oranıyla Kısmen Katılıyorum seçeneği, %12,5(f=13) oranıyla Kısmen Katılmıyorum ve %9,6(f=10) oranıyla Emin değilim seçeneği gelmektedir. 'Twitter sosyal yaşantımı etkilemektedir' soruna en az %2,9(f=3) oranıyla Tamamen Katılıyorum seçeneğiyle cevap verilmiştir.

Tablo 6: Twitter da Türk siyasetini takip ederim.

Görüş	**Frekans(f)**	**Yüzde(%)**
Hiç Katılmıyorum	31	29,8
Kısmen Katılmıyorum	9	8,7
Emin Değilim	7	6,7
Kısmen Katılıyorum	37	35,6
Tamamen Katılıyorum	20	19,2
Toplam	104	100

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre 'Twitter da Türk siyasetini takip ederim' sorusuna en az fazla cevap %35,6 (f=37) oranıyla Kısmen Katılıyorum seçeneği olduğu ortaya çıkmıştır. Sırasıyla %29,8(f=31) oranıyla Hiç Katılmıyorum, %19,2(f=20) oranıyla Tamamen Katılıyorum,%8,7(f=9) oranıyla Kısmen Katılmıyorum seçeneği gelmektedir. 'Twitter da Türk siyasetini takip ederim.' Sorusuna en az %6,7(f=7) oranıyla Emin Değilim seçeneğiyle cevap verilmiştir.

Tablo 7: Dış işleri Bakanlığı Twitterı aktif bir şekilde kullanmaktadır.

Görüş	**Frekans(f)**	**Yüzde(%)**
Hiç Katılmıyorum	12	11,5
Kısmen Katılmıyorum	11	10,6
Emin Değilim	65	62,5
Kısmen Katılıyorum	13	12,5
Tamamen Katılıyorum	3	2,9
Toplam	104	100

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre 'Dış işleri Bakanlığı Twitterı aktif bir şekilde kullanmaktadır.' sorusuna en az fazla cevap %62,5(f=65) oranıyla Emin Değilim seçeneği olduğu ortaya çıkmıştır. Sırasıyla 12,5(f=13) oranıyla Kısmen Katılıyorum, %11,5(f=12) oranıyla Hiç Katılmıyorum,%10,6(f=11) oranıyla Kısmen Katılmıyorum seçeneği gelmektedir. 'Dış işleri Bakanlığı Twitterı aktif bir şekilde kullanmaktadır.' Sorusuna en az %2,9(f=3) oranıyla Tamamen Katılıyorum seçeneğiyle cevap verilmiştir.

Tablo 8: Dış işleri Bakanlığının Twiterdaki paylaşımları beni tatmin etmektedir.

Görüş	**Frekans(f)**	**Yüzde(%)**
Hiç Katılmıyorum	31	29,8
Kısmen Katılmıyorum	10	9,6

Emin Değilim	50	48,1
Kısmen Katılıyorum	10	9,6
Tamamen Katılıyorum	3	2,9
Toplam	104	100

Araştırman elde edilen sonuçlara göre 'Dış işleri Bakanlığının Twiterdaki paylaşımları beni tatmin etmektedir.' Sorusuna en fazla cevap %48,1(f=50) oranıyla Emin Değilim seçeneği ortaya çıkmıştır. %29,8(f=31) oranıyla Hiç katılmıyorum seçeneği ikinci daha çok cevaplanan seçenek olmuştur. %9,6(f=10) Kısmen Katılıyorum ve %9,6(f=10) Kısmen Katılmıyorum seçenekleri aynı oranda cevaplanmıştır. 'Dış işleri Bakanlığının Twiterdaki paylaşımları beni tatmin etmektedir.' Sorusuna en az %2,9(f=3) oranıyla Tamamen Katılıyorum seçeneğiyle cevap verilmiştir.

Tablo 9: Dış işleri Bakanlığının Twitter da kamuoyuna yönelik faydalı tweetler attığına inanıyorum.

Görüş	**Frekans(f)**	**Yüzde(%)**
Hiç Katılmıyorum	27	26
Kısmen Katılmıyorum	14	13,5
Emin Değilim	50	48,1
Kısmen Katılıyorum	12	11,5
Tamamen Katılıyorum	1	1
Toplam	104	100

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre 'Dış işleri Bakanlığının Twitter da kamuoyuna yönelik faydalı tweetler attığına inanıyorum.' Sorusuna en fazla %48,1(f=50)oranıyla Emin değilim seçeneği ortaya çıkmıştır. Sırasıyla %26(f=27) oranıyla Hiç Katılmıyorum seçeneği,%13,5(f=14) oranıyla ve %11,5(f=12) oranıyla Kısmen Katılıyorum seçeneği gelmektedir. 'Dış işleri Bakanlığının Twitter da kamuoyuna yönelik faydalı tweetler attığına inanıyorum.' Sorusuna en az %1(f=1) oranıyla Tamamen Katılıyorum seçeneğiyle cevap verilmiştir.

Tablo 10: Dış işleri Bakanlığının Twitter paylaşımları aracılığıyla kamuoyunda Türkiye'nin imajına olumlu katkı sağladığına inanıyorum.

Görüş	**Frekans(f)**	**Yüzde(%)**
Hiç Katılmıyorum	38	36,5
Kısmen Katılmıyorum	10	9,6
Emin Değilim	39	37,5
Kısmen Katılıyorum	14	13,5
Tamamen Katılıyorum	3	2,9
Toplam	104	100

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre 'Dış işleri Bakanlığının Twitter paylaşımları aracılığıyla kamuoyunda Türkiye'nin imajına olumlu katkı sağladığına inanıyorum.' Sorusuna en fazla cevap %37,5(f=39)oranıyla Emin Değilim seçeneği ortaya çıkmıştır. Sırasıyla %36,5(38) oranıyla Hiç Katılmıyorum seçeneği,%13,5(f=14) oranıyla Kısmen Katılıyorum seçeneği gelmektedir. 'Dış işleri Bakanlığının Twitter paylaşımları aracılığıyla kamuoyunda Türkiye'nin imajına olumlu katkı sağladığına inanıyorum.' Sorusuna en az cevap %2,9(f=3) oranıyla Tamamen Katılıyorum seçeneğine cevap seçeneği olarak ortaya çıkmıştır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzdeki iletişim stratejileri geçmişe oranla hızla değişmektedir. Bu değişim kişilerarası iletişimden başlayıp toplumsal iletişime kadar etkilenmektedir. Bu etkinin en büyük etmenlerinden birisi de sosyal medya olmaktadır. Mc Luhan'ın 'Küresel Köy' metaforuna uygun bir şekilde gelişmektedir. İnternetin küresel çapta kullanılması ülkeler arasında sınırları kaldırmakta ve etkileşimi daha da hızlandırmaktadır. Bu noktada kamu diplomasisi bu teknolojik değişime ayak uydurarak küresel platformda etkinliğini arttırmaktadır. Kamu diplomasisi II. Dünya Savaşı'ndan sonra devletlerarasında etkili olmaya başlamış, ülkeleri savaştan ziyade diplomatik ilişki kurmaya yönlendirmiştir. Kamu diplomasisi anlayışını etkin bir şekilde kullanan devletler

kamuoyunu lehine çekebilmekte ve kriz öncesi tedbirini alabilmektedir. Uluslararası platformda devletler kendi kültürlerini, politikalarını ve ideolojilerini aktarma çabası olarak kamu diplomasisini görmektedir.

Sosyal medya iletişimi hızlandıran bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sebepten dolayı ikili ilişkiler günümüzde sanal ilişkilere yerini yavaş yavaş bırakmaktadır. Kişiler arası iletişim önceden yüz yüze yapılırken günümüzde internet ortamında ortaya çıkan sosyal medya araçlarıyla yapılmaktadır. 21. Yüzyılda iletişimin sanallaşması doğal olarak siyaseti de bu sürece dahil etmektedir. Siyaset kurumları internet ortamının verdiği nimetlerden yararlanmaktadır. Sosyal medya araçları sayesinde siyasetçiler/siyaset kurumları hedef kitlelerine daha çabuk yaklaşmakta ve politikalarını anlatabilmektedir. Sosyal medyanın etkin araçlarından olan Twitter anlık iletişim sağlama konusunda etkin bir mecradır. Bu yüzden siyasetçilerin/siyaset kurumlarının da hedef kitlenin duygu/düşüncelerini görebilmek ve anlayabilmek adına twitterı aktif bir şekilde kullanmaktadır. Twitter günümüzde sosyal oluşumların alt yapısını oluşturan, kitleleri ayağa kaldıran bir mecradır. Dünyanın birçok yerinde siyasetçilerin twitteri aktif kullanarak siyasi popülaritesini yükseltmekte yada düşürmektedir. Twitter sayesinde dünyanın birçok yerlerinde siyasetçiler kitleleri etrafında toplamakta ve ideolojisini anlatmaktadır. Dünyanın birçok yerinde olan bu durum ülkemizde de aynı şekilde devam etmektedir. Türk siyasetinde, siyasiler twitteri aktif olarak kullanmaktadır. Twitteri etkili bir şekilde kullanan siyasiler ülkenin gündemi hakkında kamuoyu oluşturmaktadır. Siyasilerin twitter'da oluşturduğu kamuoyu siyasi kariyeri adına olumlu bazen de olumsuz bir etki yapmaktadır.

Çalışmada Türk dış işleri Bakanlığının sosyal medya üzerinde etkin bir mecra olan Twitter daki çalışmaları değerlendirilmiştir. Bu çalışmaya göre Dışişleri Bakanlığının Twitter üzerinde uygulamaya çalıştığı kamu diplomasisi daha dikkatli bir açıdan ele alması gerektiği görülmektedir. Dışişleri Bakanlığı Twitter üzerinden attığı tweetler kamuoyunun ilgisini yeterli bir biçimde çekmemekte ya da yeterli görülmemektedir. Bakanlığın Twitter da daha etkin ve aktif olması gerekmektedir. Bakanlığın siyasetin dışında kamuoyunun ilgisini çekecek tweetler atması, Twitter alanında tanınırlığının artmasına neden olacaktır. Bu çalışmadaki belki de en büyük eksiklik dış işleri bakanlığının insanların kendilerini özgür hissettiği sosyal medyada iletişimi tek taraflı bir şekilde yürütmesi olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durumda Dışişleri Bakanlığı sosyal medyada tanırlılığını arttırabilmek için Twitterda kamuoyunu etkileyen bir faaliyet içerisinde bulunmadığı ortaya çıkmaktadır. Dış işleri bakanlığının twitteri aktif bir şekilde kullanması kamuoyu oluşturmasında etkili bir rol oymaktadır. Twitterda tek yönlü iletişim sürecini çift yönlü iletişim sürecine çevirmesi gerekmektedir. Sonuç olarak kamu diplomasisi ve sosyal medyada etkili olabilmek amacıyla halkla ilişkiler uzmanlarının bu konudaki tecrübeleri bakanlığa yol gösterici olacaktır.

KAYNAKÇA

Ekşi, Muharrem. Kamu Diplomasisi ve Ak Parti Dönemi Türk Dış Politikası. 1. Baskı, İstanbul: Siyasal Kitapevi,2014.

Eroğlu, Erhan. İletişim Sürecinde Medya-Mesaj-Yöntem İlişkisi ve Geleneksel Eğitimden Uzaktan Öğretim sistemlerine Geçiş Süreci, Kurgu Dergisi. S:14,1996.

Erzen, Meltem Ünal. Kamu Diplomasisi. 2. Basım, İstanbul: Derin Yayınları,2014.

Göksel, Ahmet Bülent ve Yurdakul, Nilay Başok. Temel Halkla ilişkiler Bilgileri. 1. Baskı, İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi,2010.

Gökırmak,Mert. (2012). Küreselleşen Dünyada Diplomasi: Kamu Diplomasisi http://www.kamudiplomasisi.org/ana-sayfa/44-makaleler/124-kuereselleen-duenyada-diplomasi-kamu-diplomasisi-pdf Erişim Tarihi: 03.09.2018.

IPR, (2018) Introduction to Public Relations http://www.ipr.org.uk/ Erişim Tarihi: 04.09.2018

Karadağ, Haluk. Uluslararası İlişkilerde Yeni Bir Boyut Kamu Diplomasisi. 1. Basım, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık,2016.

Karagöz, Seda. Stratejik İletişim Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi ve Medyanın Rolü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2016

Karasar, Niyazi. (2016). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Nobel yayın 31. Basım

Köksoy, Ergün. Halkla İlişkiler Bağlamında Kamu Diplomasisi Yönetimi, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013,s.37.

Kurtuluş, Begüm. '21. Yüzyılda Değişen Kamu Diplomasisi Anlayışının Türk Dış Politikasına Yansıması, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2014, s.56.

Ledingham, John A. Ve Bruning, Stephan D., Relations Management in Public Relations: Dimensions of an Organization-Public Relationship, Public Relations Rewiew, Sayı: 24(1), 1998, ss. 55-65.

Peltekoğlu, Filiz Balta. Halkla ilişkiler Nedir?. 9.Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 2016.

Richard Hanna, Andrew Rohm, Victoria L. Crittenden, We're all connected: The power of the social media ecosystem, Business Horizons, Sayı 54, 2011, 265-273.

Say, Seyfi. Kamu Diplomasisi Kavramı, İnsan&İnsan Dergisi. Sayı:4, 2015, ss.42-83

Schultz, D. Snackbyte: A view of the ecosystem. Retrieved October 2007, November 13. 1, 2010, from http://www.deborahschultz.com/deblog/2007/11/snackbyte-a-vie.html

Yalçındağ, Selçuk. Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler, Amme İdaresi Dergisi. Sayı:19/1, 1986,ss.131-156.

Yaylagül, Levent. Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. 8.baskı, Ankara: Dipnot Yayınları, 2017.

Yılmaz, Sait. Akıllı Güç. 1. Baskı, İstanbul: Kum Saati Yayınları,2012.

Zheng Xiang, Ulrike Gretzel, Role of social media in online travel information search, Tourism Management,Sayı: 31,2010,179-188.

E-Ticaret Dersinin Online Pazarlama Girişimine Etkisi: Meslek Yüksekokulu Hazır Giyim Teknolojisi Programı Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÖZBEK[1] Dr. Öğr. Üyesi Yusuf ESMER[2] Dr. Öğr. Üyesi Onur ŞAYLAN[3]

[1]Sinop Üniversitesi, Gerze Meslek Yüksekokulu, Tekstil, Giyim, Ayakkabı ve Deri Bölümü, ahmetozbek77@gmail.com

[2] Bayburt Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, yesmer@bayburt.edu.tr (Sorumlu Yazar)

[3] Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çan Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü, onursaylan@comu.edu.tr

Özet: Bu çalışmada meslek yüksekokullarının müfredatında yer alan e-ticaret dersinin öğrencilerin kendi ürettikleri ürünleri online pazarlama girişimlerine etkisi araştırılmıştır. Bu bağlamda Sinop Üniversitesi Gerze Meslek Yüksekokulu Hazır Giyim Teknolojisi Programı`nda öğrenim gören öğrencilere e-ticaret dersi verildikten sonra e-ticaret dersinin online pazarlamaya etkisini tespit etmek amacıyla öğrenciler üzerinde bir anket uygulaması gerçekleştirilmektedir. Araştırma sonucunda e-ticaret dersinin öğrencilerin kendi ürettikleri ürünleri online pazarlamalarına olumlu etkisinin olduğu tespit edilmektedir. Öğrencilerin %88'i e-ticaret dersinin online pazarlamaya olumlu etkisinin olduğunu ileri sürmektedir. Anket sonuçlarına göre öğrencilerin %92,9'unun mezuniyetten sonra online ürün pazarlayabilecekleri sonucuna ulaşılmaktadır. Ayrıca öğrencilerin ürünlerini online pazarlamak için sırasıyla; www.letgo.com, www.gittigidiyor.com ve www.instagram.com'u tercih ettikleri ve online pazarlama sırasında en çok karşılaşılan sorunların ise; giysiyle ilgili sorunlar, giysinin ulaştırılmasıyla ilgili sorunlar ve giysinin fotoğraflarının kalitesi ile ilgili sorunlar olduğu belirlenmektedir. Elde edilen bu sonuçlar e-ticaret dersinin online pazarlamayı olumlu etkilediğini ve bu amaç için kullanılabileceğini göstermektedir. Bu nedenle e-girişimci sayısını artırarak istihdama katkı sağlamak amacıyla meslek yüksekokullarının müfredatlarında e-ticaret dersine daha çok yer verilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: E-Ticaret Dersi, Online Pazarlama, E-Girişimcilik, Meslek Yüksekokulu Öğrencisi

Effect of E-Commerce Course on Online Marketing Initiative: An Application on Students of Ready-Wear Technology Program in Vocational School

Abstract: In this study, the effect of e-commerce course in the curriculum of vocational schools on online marketing initiatives of products produced by students is investigated. In this context, a questionnaire on students was conducted in order to determine the effect of the e-commerce course on online marketing after the e-commerce course is given to the students who were studying at the Sinop University Gerze Vocational School Ready-Wear Technology Program. As a result of the research, it is determined that e-commerce course was positively influenced by students' online marketing of their products. 88% of the students claimed that the e-commerce course is a positive influence on online marketing. According to the survey results, 92.9% of the students reached to the result that they can market online products after graduation. In addition, in order to market the products of the students online; www.letgo.com, www.gittigidiyor.com and www.instagram.com and the most common problems during online marketing are; problems with clothing, problems with the delivery of clothes, and problems with the quality of the clothes' photos. These results show that e-commerce course has positive effect on online marketing and can be used for this purpose. For this reason, it is suggested that e-commerce courses should be given more in the curriculums of vocational schools in order to increase the number of e-entrepreneurs and to contribute employment.

Keywords: E-Commerce Course, Online Marketing, E-Entrepreneurship, Vocational School Student

1. GİRİŞ

Meslek yüksekokulu giyim teknolojisi programlarında öğrencilere; çocuk, kadın ve erkek iç-dış giyimde; üretim öncesi planlama ve tasarım, kalıp-desenleme, kalite kontrol vb. eğitimler verilmekte ayrıca öğrencilerin üretim safhalarının tümünde uygulama becerisi elde ederek mezun olmaları sağlanmaktadır. Program mezunları ise; genellikle giysi üreten işletmelerin; üretim, planlama, model, kalıp ve koleksiyon hazırlama bölümlerinde ara eleman olarak istihdam edilmektedir (Özbek, 2017). Bunun yanında Özbek (2016), Türkiye'de çeşitli üniversitelerdeki 315 hazır giyim teknolojisi programı öğrencisi üzerinde yaptığı araştırma sonucunda, bu öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmaktadır (Özbek, 2016). Bu sonuç giyim teknolojisine ve girişimcilik eğilimine sahip bu öğrencilerin sektörde ara eleman olarak çalışma dışında bir

seçeneklerinin daha olabileceğini göstermektedir. Bu seçenek öğrencilerin girişimci olma yani kendi işletmelerini kurabilmesidir. Ancak kurulan işletmelerin başarısı, ürettiği mal ve hizmetleri pazarlayabilmeleri ve bu pazarlama faaliyetini sürdürebilmeleriyle mümkün olmaktadır (Pegem Mühendislik Danışmanlık, 2013). Pazarlama üretimin yanında bir işletmenin diğer önemli temel fonksiyonudur ve "işletmenin kalbi" olarak tarif edilebilir. Bu nedenle öğrencilerin kurdukları küçük işletmelerin başarılı olabilmesi için ürettikleri ürünleri müşteriye sunmaları yani ürünlerini pazarlamaları gerekmektedir. Ancak küçük işletmelerin, pazar oluşturmak amacıyla büyük harcamalar yapamamaları, nitelikli pazarlama elemanı istihdam edememeleri, pazar bilgilerinin eksikliği, dağıtım sorunları, yeni pazarlara girişlerde zorluk yaşamaları, satış geliştirme ve tanıtım faaliyetlerinin eksikliği ve fiyat belirlemedeki yetersizlikleri gibi nedenlerle ürünlerini pazarlayamamaktadır (Pegem Mühendislik Danışmanlık, 2013), (Arslan Burşuk, 2015), (Korkmaz, 2003). Küçük işletmelerin ürünleri sorunsuz, kolay ve ucuz bir şekilde pazarlayabilecekleri pazarlama kanalının ise günümüzde online pazarlama olduğu söylenebilir. 2016 alışveriş verilerine incelendiğinde Dünya nüfusunun yarıdan fazlasının (3.77 milyar kişi) internet kullanıcısı olduğu ve beşte birinden fazlasının ise online pazarlama sitelerini tercih ettiği görülmektedir (Ayvaz, 2017). TUİK'in 2016 alışveriş verilerine göre Türkiye'de 16-74 yaş grubundaki bireylerin %61,2'si internet kullanmakta ve kullanıcıların %34,1'i online alışveriş yapmaktadır. Online alışveriş yapanların; %60'ı giyim ve spor malzemesi satın aldığı tespit edilmiştir (TÜİK, 2016). Bu veriler online pazarlamanın ve e-girişimciliğin önemini ortaya koymaktadır. Diğer yandan internet işletmeler için yeni bir satış kanalı ve iyi bir reklam aracı olup, değişimlere hızlı uyum sağlayabilme, mekân ve yer sınırlaması problemini aşma, işlem hızını artırma, ürün satış miktarını artırma, birebir pazarlama yapabilme, işletme giderlerini düşürme, yeni müşterilere ulaşma, sayısız ürün satış imkânı ve stok maliyetlerini azaltma gibi imkânlar da sunmaktadır (Elektronik Ticaret Rehberi, 2016). Bu nedenle meslek yüksekokullarında öğrencilere e-girişimcilik (e-ticaret, online pazarlama) eğitimlerinin verilmesi önerilmektedir. E-girişimcilik, girişimciliğin elektronik ortamda gerçekleştirilmesi olup daha az maliyetli, daha hızlı ve kolay olduğu söylenebilir. Ayrıca e-girişimcilik öğrencilerin ürünlerini pazara sunarak para kazanabilecekleri ve istihdam olabilecekleri önemli bir fırsat olarak görülmelidir.

Bu çalışmanın amacı meslek yüksekokulların müfredatında yer alan e-ticaret dersinin öğrencilerin kendi ürettikleri ürünleri online pazarlama girişimlerine etkisini incelemektir.

2. UYGULAMA

Bu çalışmada Sinop Üniversitesi Gerze Meslek Yüksekokulu Hazır Giyim Teknolojisi Programı`nda öğrenim gören öğrencilere e-ticaret dersi verildikten sonra e-ticaret dersinin online pazarlamaya etkisini tespit etmek amacıyla öğrenciler üzerinde bir anket uygulaması gerçekleştirilmektedir. Çalışmanın bu bölümü kapsam, örneklem ve veri toplama tekniği ile bulgular olmak üzere üç kısımdan oluşmaktadır.

2.1. Kapsam

Bu çalışma Sinop Üniversitesi Gerze Meslek Yüksekokulu Hazır Giyim Teknolojisi Programı öğrencilerini kapsamaktadır. Bu kapsamda öğrencilere 4. eğitim-öğretim yarıyılında E-ticaret dersi verilmektedir. Bu ders 2 saat olup 14 hafta sürmektedir. Öğrenciler toplamda 28 saat E-ticaret dersi almaktadır. Derste kaynak olarak Mehmet Marangoz'un "İnternetten Pazarlama" adlı kitabı kullanılmaktadır. Dersin birinci saatinde Tablo 1'de verilen konular işlenmektedir (Marangoz, 2014).

Tablo 1: E-Ticaret Dersinin Birinci Saatinde İşlenen Konular

Ders Haftası	**Birinci Derste Anlatılan Konular**
1-2. Hafta	İnternetin Gelişimi ve Pazarlama Aracı Olarak Kullanımı
3-4. Hafta	İnternetten Pazarlamanın Tanımı, Kapsamı ve Gelişimi
5-6. Hafta	İnternetten Pazarlamanın Çevresi
7-8. Hafta	İnternetten Pazarlama Araştırması
9-10. Hafta	İnternette Tüketici Davranışı
11-12. Hafta	İnternet Ortamında Pazar Bölümlendirme
13. Hafta	E-Ürün
14. Hafta	E-Fiyat

Kaynak: Marangoz (2014)

Dersin ikinci saatinde ise öğrencilere Tablo 2'deki sıraya göre Türkiye`deki e-pazarlar hakkında detaylı bilgi verilmektedir.

Tablo 2: E-Ticaret Dersinin İkinci Saatinde İşlenen Konular

Ders Haftası	E-Pazarlar
1-2. Hafta	www.gittigidiyor.com
3-4. Hafta	www.letgo.com
5-6. Hafta	www.sahibinden.com
7-8. Hafta	www.instagram.com
9-10. Hafta	www.hepsiburada.com
11-12. Hafta	www.facebook.com
13. Hafta	www.n11.com
14. Hafta:	www.sanalpazar.com

Kaynak: Marangoz (2014)

Çalışmada E-ticaret dersini tamamlayan öğrencilerden diğer dersler kapsamında üretmiş oldukları giysileri e-pazarlarda pazarlamaları istenmektedir. Bu işlemden sonra da öğrencilere anket uygulanmaktadır.

2.2. Örneklem ve Veri Toplama Tekniği

Araştırmanın örneklemini 2016-2017 Eğitim-Öğretim yılında Sinop Üniversitesi Gerze Meslek Yüksekokulu Hazır Giyim Teknolojisi Programı`nda öğrenim gören 42 (41 Bayan ve 1 Erkek) II. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Bu öğrencilerin çalışma grubu olarak seçilme nedenleri; "yaklaşık olarak 6 yıl (4 yıl Meslek Lisesi + 2 yıl Meslek Yüksekokulu) giyim teknolojisi eğitimi almış olmaları, eğitim hayatları boyunca önemli miktarda giysi üretme deneyimine sahip olmaları ve online ürün pazarlamaya yardımcı olacak olan E-ticaret dersini almış olmaları" olarak sıralanabilir.

Bu çalışmadaki örneklem sayısının azlığı araştırmanın önemli bir kısıtıdır. Bu kısıtın en önemli sebebi Türkiye'deki meslek yüksekokullarının Giyim Üretim teknolojisi programlarının müfredatlarında çoğunlukla E-Ticaret dersinin bulunmamasından kaynaklanmaktadır. Araştırmanın daha geniş bir örnekleme uygulanması ve sonuçların test edilmesi daha yararlı olacağı düşünülmektedir.

Çalışmada veri toplamak için anket tekniği kullanılmaktadır. Bu doğrultuda E-ticaret dersinin online pazarlamaya etkisini tespit etmek amacıyla ilgili literatür doğrultusunda açık uçlu sorulardan oluşan 12 maddelik bir soru formu oluşturulmaktadır. Bu soru formu 42 öğrenciye elden dağıtılmış ve cevapları toplanmıştır. Öğrencilerin tamamından geri dönüş sağlanmıştır.

2.3. Bulgular

Anket uygulaması sonucunda elde edilen veriler SPSS 21.0 programında frekans ve yüzde analizlerine tabi tutulmakta ve bulgular tablolar şeklinde çalışmada sunulmaktadır.

Araştırmanın örnekleminde yer alan öğrencilerin mezun oldukları meslek lisesi programlarının dağılımı Tablo 3'de verilmektedir.

Tablo 3: Öğrencilerin Mezun Oldukları Meslek Lisesi Programları

Program	Sayı	Yüzde (%)
Giyim üretimi	41	97,6
Tekstil Teknolojisi	1	2,38
Toplam	42	100

Tablo 3'de sunulan veriler incelendiğinde örneklemi oluşturan öğrencilerin % 97,6'sı giyim üretimi ve % 2,38'i ise tekstil teknolojisi mezunu olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu veriler öğrencilerin genellikle 6 yıllık giyim üretimi eğitimine sahip oldukları yargısını desteklemektedir. Aynı zamanda bu veriler öğrencilerin giysi üretimi konusunda uzmanlaştıklarını da göstermektedir.

Araştırmanın örnekleminde yer alan öğrencilerin internet erişim durumlarının dağılımı Tablo 4'de verilmektedir.

Tablo 4. Öğrencilerin İnternet Erişim Durumları

Durum	Sayı	Yüzde (%)
Hiç Erişemeyen	0	0
Nadiren Erişen	1	2,4
Bazen Erişen	1	2.4
Sık Sık Erişen	8	19
Her Zaman Erişen	32	76,2
Toplam	42	100

Tablo 4'e göre öğrencilerin %76,2'si "Her Zaman", %19'u "Sık Sık", %2,4 "Bazen", %2,4 "Nadiren" internete erişirken, internete erişemeyen öğrenci bulunmamaktadır. Bu durum öğrencilerin internete erişim probleminin olmadığını ve online pazarlama yapmasına engel bir durum olamadığını göstermektedir.

Araştırmanın örnekleminde yer alan öğrencilerin internet kullanım deneyimlerinin dağılımı Tablo 5'de verilmektedir.

Tablo 5: Öğrencilerin İnternet Kullanım Deneyimleri Tablosu

Kullanım	Yıl Olarak	Günlük
En az kullanan	4 yıl	2 saat
En çok kullanan	14 yıl	14 saat
Genel Ortalama	8,16 yıl	7,5 saat

Tablo 5'e göre öğrencilerin ortalama yaklaşık 8 yıllık internet kullanım deneyimine sahip olduğu görülmektedir. Öğrencilerden en az internet deneyime sahip olan 4 yıl, en fazla sahip olan ise 14 yıldır. Öğrencilerin ortalama günlük 7,5 saat internet kullanmakta olup, en az kullanan öğrenci 2 saat, en fazla kullanan ise günde 14 saat internet kullanmaktadır. Bu durum öğrencilerin internet kullanım eğilimlerinin oldukça iyi olduğunu göstermektedir.

Araştırmanın örnekleminde yer alan öğrencilerin online pazarlama deneyim dağılımları Tablo 6'da verilmektedir.

Tablo 6:Öğrencilerin Online Pazarlama Deneyimleri

Deneyim Drumu	E-Ticaret Dersinden Önce	Yüzde (%)	E-Ticaret Dersinden Sonra	Yüzde (%)
Pazarlama Yapan	2	4,8	5	11,9
Pazarlama Yapamayan	40	95,2	37	88,1
Toplam Öğrenci Sayısı	42	100	42	100

Tablo 6'ya göre E-ticaret dersi almadan önce online pazarlama yapan öğrencilerin oranı %4,8'dir. Bu öğrencilerin sayısı ise 2 olup bu öğrencilerden biri internetten otomobil ve diğeri ise ayakkabı pazarlamıştır. Pazarlanan bu ürünler öğrencilerin kendi ürettiği giysiler olmadığından sadece internetten pazarlama deneyimi olarak değerlendirilmektedir. Diğer yandan E-ticaret dersini aldıktan sonra öğrencilerin %11,9'u kendi ürettikleri giysileri online pazarlayabildikleri görülmektedir. Bu oran düşük olmasına rağmen E-ticaretin kısmen de olsa online pazarlamaya etkisi olduğu söylenebilir.

Araştırmanın örnekleminde yer alan öğrencilerin ürünlerini online pazarlamak için tercih ettikleri E-ticaret sitelerinin dağılımı Tablo 7'de verilmektedir.

Tablo 7: Öğrencilerin Ürünlerini Online Pazarlamak İçin Tercih Ettikleri E-Ticaret Siteleri

E-ticaret Siteleri	1. Tercih	2. Tercih	3. Tercih	4. Tercih	5. Tercih	Genel Toplam
www.aliexpres.com	0	0	0	1	0	1
www.facebook.com	1	2	4	4	5	16
www.gittigidiyor.com	4	**12**	8	7	3	**34**
www.hepsiburada.com	1	2	3	0	2	8
www.instagram.com	6	6	**9**	8	3	**32**
www.letgo.com	**26**	8	4	0	1	**39**
www.markafoni.com	0	0	1	1	3	5
www.n11.com	0	1	3	7	**10**	21
www.sahibinden.com	1	5	6	**10**	2	24

www.sanalpazar.com	2	3	3	1	3	12
www.modacrise.com	1	2	0	0	3	6
www.trendyol.com	0	1	0	0	0	1
Boş Bırakılan	0	0	1	3	7	11
Toplam	42	42	42	42	42	

Tablo 7'ye göre E-ticaret dersi kapsamında online pazarlama gerçekleştiren öğrencilerin birinci tercihleri; %61,9'la www.letgo.com, %14,3'le www.instagram.com ve %9,5'le www.gittigidiyor.com'dur. İkinci tercihleri; %28,6 ile www.gittigidiyor.com, %19'la www.letgo.com ve %14,3'le www.instagram.com'dur. Genel olarak öğrencilerin online pazarlama yaparken birinci tercihi www.letgo.com, ikinci tercihi www.gittigidiyor.com ve üçüncü tercihi www.instagram.com olmaktadır.

Araştırmanın örnekleminde yer alan öğrencilerin, kendi ürettikleri ürünleri online pazarlama aşamasında karşılaştıkları sorunların dağılımı Tablo 8'de verilmektedir.

Tablo 8: Öğrencilerin Online Pazarlama Aşamasında Karşılaştıkları Sorunlar

Sorunlar	**1. Sorun**	**2. Sorun**	**3. Sorun**	**Genel**
Ürünlerle İlgili Sorunlar	10	12	7	29
Ürünü Ulaştırma Sorunu	5	7	3	15
Ürünlerin Fotoğraflarının Kalitesi	2	6	6	14
İnternete Olan Güven Sorunu	11	1	1	13
Alıcıların Tutumları	4	5	3	12
Pazarlama Yapılan İnternet Sitesiyle İlgili Sorunlar	2	4	6	12
Diğer Sorunlar	2	0	2	4
Soruya Cevap Vermeyenler	6	7	14	27
Katılan Kişi Sayısı	42	42	42	

Tablo 8'e göre genel olarak öğrencilerin kendi ürettikleri ürünleri online pazarlarken karşılaştıkları sorunlar; ürünle ilgili sorunlar, ürünün ulaştırılmasıyla ilgili sorunlar ve ürün fotoğraflarının kalitesiyle ilgili sorunlar olarak sıralanmaktadır.

Araştırmanın örnekleminde yer alan öğrencilerin E-ticaret dersinin online giysi pazarlamaya yönlendirme durumu dağılımı Tablo 9'da verilmektedir.

Tablo 9: E-ticaret Dersinin Öğrencileri Online Pazarlamaya Yönlendirme Durumu

Durum	**Sayı**	**Yüzde(%)**
Çok Olumlu	14	33,3
Olumlu	23	54,8
Ne Olumlu Ne De Olumsuz	5	11,9
Olumsuz	0	0
Çok Olumsuz	0	0
Toplam	42	100

Tablo 9'a göre; öğrencilerin %33,3'ü dersin online pazarlama konusunda "Çok Olumlu" etkisi olduğunu, öğrencilerin %54,8'i dersin "Olumlu" etkisinin olduğunu, öğrencilerin %11,9'unun ise dersin online pazarlamaya herhangi bir olumlu ya da olumsuz etkisinin olmadığını ifade etmektedir. Diğer yandan E-ticaret dersinin online pazarlamaya "Olumsuz" veya "Çok Olumsuz" etkisinin olduğunu ifade eden öğrenci bulunmamaktadır. Dolayısıyla E-ticaret dersinin online pazarlamaya olumlu etkisinin olduğunu söylenebilir.

Araştırmanın örnekleminde yer alan öğrencilerin E-ticaret dersinin gelecekte kendilerini online pazarlamaya yönlendirme durumu dağılımı aşağıda Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. E- Ticaret Dersinin Gelecekte Öğrencileri Online Pazarlamaya Yönlendirme Durumu

Cevaplar	**Sayı**	**Yüzde(%)**
Evet	39	92,9
Hayır	2	4,7
Boş	1	2,3
Toplam	42	100

Tablo 10'a göre öğrencilerin %92,9'u mezun olduktan sonra online pazarlamayı düşünmekte, öğrencilerin %2,4'ü online pazarlamayı düşünmemektedir. Bu durum genel olarak öğrencilerin online pazarlama konusunda olumlu bir görüşe sahip olduklarını göstermektedir.

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye`de meslek yüksekokullarında öğrencilere e-girişimcilik yeteneğinin kazandırılması amacıyla bazı programların müfredatında E-ticaret dersi yer almaktadır. E-ticaret dersinde internet üzerinden iş kurma, online ürün pazarlama gibi konular uygulamalı olarak işlenmektedir. Bu bağlamda çalışmada E-ticaret dersinin öğrencilerin online pazarlama girişimlerine etkisi tespit edilmeye çalışılmaktadır. Çalışmada E-ticaret dersi alan öğrencilerin yaklaşık %12`si kendi üretmiş oldukları ürünleri online pazarlayabildiği, öğrencilerin %88'i dersin öğrencilerin kendi üretmiş oldukları giysileri online pazarlamaya olumlu bir etkisinin olduğunu ve öğrencilerin yaklaşık %93`ü mezun olduktan sonra online pazarlamayı düşündüğü sonucuna ulaşılmaktadır. Elde edilen bu sonuçlar E-ticaret dersinin online pazarlamaya olumlu etkisinin olduğunu ve bu amaç için kullanılabileceğinin göstermektedir. Bu nedenle e-girişimci sayısını artırarak istihdama katkı sağlamak amacıyla meslek yüksekokullarının müfredatlarında e-ticaret dersine daha çok yer verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Diğer yandan öğrencilerin ürünlerini online pazarlamak için sırasıyla; www.letgo.com, www.gittigidiyor.com ve www.instagram.com'u tercih ettikleri tespit edilmektedir. Ayrıca online pazarlama sırasında en çok karşılaşılan sorunların ise; giysiyle ilgili sorunlar, giysinin ulaştırılmasıyla ilgili sorunlar ve giysinin fotoğraflarının kalitesi ile ilgili sorunlar olduğu belirlenmektedir. Öğrencilerin online pazarlama yaparken karşılaştıkları sorunların temel nedenlerinin ise öğrencilerin ürünleri üretirken pazarlama düşüncelerinin olmaması, ürünlerin tek beden olarak üretilmiş olması ve öğrencilerin online pazarlama deneyimine sahip olmamalarından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Bu çalışmada örneklem sayısının azlığı araştırmanın önemli bir kısıtı olduğu kabul edilmekledir. Araştırmanın daha geniş bir örnekleme uygulanmasının daha güvenilir sonuçlar ortaya koyacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

Arslan Burşuk, A. (2015). Küçük İşletmelerin Sorunları ve Çözüm Yolları. 12 25, 2017 tarihinde http://kulamyo.cbu.edu.tr/db_images/site_212/file/Gir%C5%9Fimcilik4.pdf adresinden alındı.

Ayvaz, T. (2017). İnternet Ve Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri 2017. 05 21, 2017 tarihinde Dijital/Ajanslar: http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2017/ adresinden alındı.

Elektronik Ticaret Rehberi. (2016). II. Bölüm: Elektronik Ticaretin Etkileri ve Faydaları. 05 25, 2017 tarihinde http://www.elektronikticaretrehberi.com/e-ticaretin_etkileri_faydalari.php adresinden alındı.

Korkmaz, S. (2003). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ) Pazarlama ve Finansman Sorunlarının Çözümlenmesinde Risk Sermayesinin Kullanılabilirliği Üzerine Bir Araştırma. Ticaret ve Turizm Eğitimi Fakültesi Dergisi(2), 2-34.

Marangoz, M. (2014). İnternetten Pazarlama. İstanbul: Beta Yayınları.

Özbek, A. (2016). Giyim Üretimi ve Moda Tasarımı Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. Uluslararası Beşeri Bilimler ve Eğitim Dergisi, 2(2), 1-24.

Özbek, A. (2017). Expectations of Ready Wear Business Enterprises from Vocational High School Graduates. N. T. Faisalabad (Dü.), 4. International Conference on Value Addition&Innovation in Textiles içinde, (s. 65-74). Pakistan.

Pegem Mühendislik Danışmanlık. (2013). 12 24, 2017 tarihinde http://tiponaybelgesi.net/projedt/377-kobilerin-karsilastiklari-isletmecilik-sorunlari.html adresinden alındı.

TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu). (2016). 05 21, 2017 tarihinde http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779 adresinden alındı.

Aile Fotograf Albümünden Selfıe'ye: Kültürel Yozlaşma ve Görüntü Kirliliği

Ahmet Süreyya KOÇTÜRK[1]

[1]Dr.Öğretim Üyesi T.C.İstanbul Arel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi / Grafik Tasarımı Anasanat Dalı

Özet: Bu makalede, ilk fotograf görüntüsünün bulunmasından 20.yüzyil sonlarına kadar belgesel niteliğini taşıyan ve geleneksel kültür biçimini alan aile fotograf albümleri, dijital teknolojinin gelişmesiyle yerini görüntü kirliliğine bırakmıştır. Bunun sonucu olarak fotoğrafların biçim ile içeriğinde değişiklikler olduğu konu olarak belirlenmiştir. 20.yüzyıl sonunda yaşanan kültürel değişimler fotoğraf sanatınıda etkileyerek, bu sanatta yeni anlatım tarzları ve böylece yeni anlatım dili meydana getirmiştir. Klasik fotograf çektirme yöntemi ile albüm oluşturma kültürü teknolojinin sunduğu kolaycı yaşama kültürüne yerini bırakarak, amaçsız, anlamı olmayan, ifade özürlü sosyal medya görüntüleri doğurmuştur. Sosyal medyayı besleyen bu görüntüler dolayısıyla dejenere, yozlaşma ve kültürel bozulmayıda beraberinde getirmiştir. Sanayi devrimi ile birlikte gelişen fotograf makinaları, bütün şehirlerde fotograf stüdyolarının doğmasına neden olmuştur. Bununla beraber insanlarda yaşadığı dönemi ve aile fertlerini gelecek kuşaklara tanıtmak kültürü doğmuştur. İkinci, üçüncü kuşak atalarının nasıl insanlar olduğunu görmüş ve o döneme ait kültürel yansımalardan etkilenmişlerdir. Belgesel önemi de taşıyarak çekildikleri dönemin yansımalarını gelecek kuşaklara aktarmışlardır.

Özenle seçilen kıyafetler, taranmış saçlar, traş olmuş yüzler, medeniyet göstergesi aksesuarlar ve fotografçının büyük bir titizlikle kadraja yerleştirdiği fertlerin yenrini, görüntü kirliliği, amaçsız, kendini beğenen, psikolojik rahatsızlılığın belirtisi selfie almıştır.

Anahtar Kelimeler: Fotoğraf, Albüm, Teknoloji, Kirlilik, Belgesel, Selfie

Family Selfie From Photography Album: Cultural Aggression and Image Pollution

Ahmet Süreyya KOÇTÜRK[1]

[1]Asssociate Professor T.C.İstanbul Arel Üniversity Faculty of Fine Arts / Head of Department of Graphic Design, ahmetkocturk@arel.edu.tr

Abstract: In this article, family photo albums, which featured documentary images from the beginning of the 20th century until the end of the twentieth century, were replaced by traditional digital images. The end result is that the photographs change in form and content. The cultural changes experienced at the end of the 20th century influenced the art of photography, bringing new modes of expression in this art and thus new language. With the classic photography method, album creation culture technology has given birth to social media images that are aimless, meaningless, expressive and disabling, leaving the cultural life of easy life. These images, which nourish social media, have therefore brought about degeneracy, corruption and cultural degradation. The photo machines that developed with the industrial revolution led to the creation of photo studios in all cities. However, culture has been born to introduce the period and family members who lived in human beings to future generations. They saw how the second and third generation ancestors were people, and they were influenced by the cultural reflections of that turn. They also conveyed the image of the period they were attracted to future generations.

The selfie of self-selected clothes, scarred hair, shaved faces, accessories of civilization and accessories of the photographer and the people whom the photographer placed with great care meticulously, image pollution, aimless, self-conscious, psychological discomfort.

Keywords: Photography, Album, Technology, Pollution, Documentary, Selfie

GİRİŞ

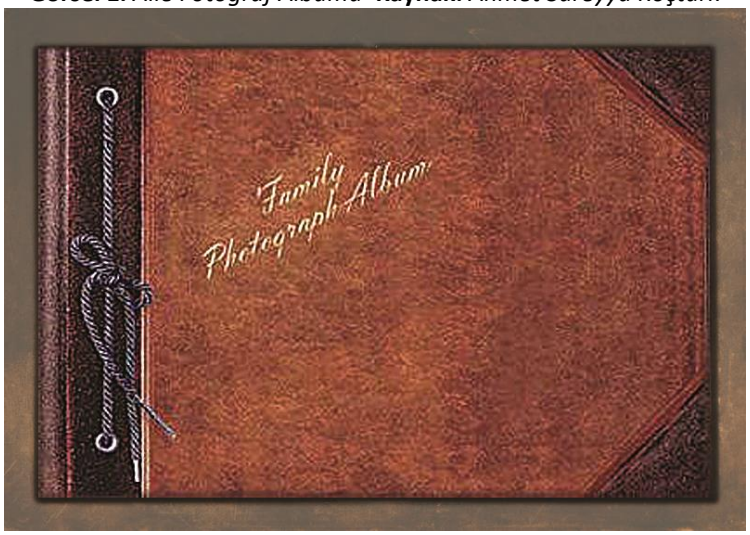
Fotograf albümlerini; bitpazarında eskici tezgahlarında görmek, hızlı geçen zamanın olduğu kadar yaşamın kendisinin değişmesinin de bir sonucudur. Elbette bir o kadar hüzün yüklüdür aile fotograf albümlerini tezgahlarda sere serpe görmek. İsyan edercesine etrafa dağılmış, zamanla sararıp sepia rengini almış emektar enstantaneler; dijital çağın güçlü görsel üretim yöntemleri karşısında; sahiplendiği duygusal yoğunluk ve taşıdığı bilgelikle tarihin tanıkları gibi görünmektedirler.

Onları alıp ait oldukları sayfalara yerleştirmek, geldikleri zamana geri göndermek mümkün olabilse bunu yapmak nasılda taşları yerlerine oturtacaktır. Bunca anlam yüklü fotograf karesi arasında zaman yolculuğu

yaşanırken; devrin ihtişamını yansıtarak işte biz buradayız, ölmedik yaşıyoruz diye haykırmaktalar. Anneler, babalar, büyükler, çocuklar, temiz kıyafetleri ve titizlikle kadraja dizilmiş, gözlerinde mutluluk, heyecan, gururla fotograftan dışarı fırlayacak gibi görünmektedirler. Her birinin anlattığı bir mesaj ve hikaye bulunmakta ve bu yaşanılanları kendisini inceleyen/bakan izleyenle paylaşmakta oldukları algılanmaktadır. Ölümden sonra da yaşandığının belgesidir bu fotograf kareleri. Dünyanın neresinde olursanız olun hangi dili konuşursanız konuşun herkese aynı duyguyu ve mesajı verdikleri ortak bir dil oluşturdukları görülmektedir.



Görsel 1. *Aile Fotograf Albümü* **Kaynak:** *Ahmet Süreyya Koçtürk*



Görsel 2. Aile Fotograf Albümü Kapağı **Kaynak:** Ahmet Süreyya Koçtürk

Görüntünün sabitlenmesi isteği insanlığın vazgeçmediği konulardan olmuştur. Mağara duvarlarına görüntü aktarılmış; hikayelendirilmiş, anlatılar, öğretiler sonraki kuşaklara aktarılmıştır. Ispanya'da ki Altamira ve Fransa'da ki Lascaux mağaraları bu örneklerin görüldüğü olağanüstü görsel abideler gibidirler. İlkel baskı yöntemleri ile görünen/hayal resmedilmeye çalışılmış, belli dini konular imgelerle okuma yazma bilmeyen geniş kitlelere ulaştırılmaya çalışılmıştır. Kutsal metinlerin özellikle batı toplumlarında kilislerede resmedilmesinin dayanak noktası da yine geniş kitlelerin rahat algılamasını sağlamak olduğu görülmektedir. Resmetmek görüntüyü sabitleme fikri esasında bir "AN"ı sabitleyip dondurmak var olan hayali görüntü haline getirme çabasıdır. Nitekim ister mağara resimlerinde ister ilkel baskı yöntemleri olarak bilinen gravür, tahta baskı, serigrafi ve litografi (taş baskı) baskılarında da malzemenin kendi teknik üretim yöntemleriyle oluşan serüveninde temel amacın imgeyi oluşturmak, hayali sabitlemek anlamlandırmak/hikayeleştirmek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla her resimleme veya görüntüyü iki boyutlu yüzeye aktarmada biriken olgunlaşmış anlamlar bütünlüğü, bir anlamda anıların yani tüm yaşanmışlıkların da depolanması anlamına geldiği görülmektedir.

Fotografın geniş kitleler tarafından kullanımı ile birlikte, tanıklık edilenin iki boyutlu yüzey üzerine kazıma yada boyama yerine emisyonlu yüzey üzerine ışıkla aktarımı gerçekleşmiştir. Kameranın objektifinin karşısından geçen her şey istenildiğinde emisyonlu yüzey üzerine sabitlenecektir. İnsanlığın görüntüyü sabitleme isteği naif yaşam halini yok etmekte olduğu görülecek ve aynı zamanda mahremiyetin yanısıra kitle iletişim aracı olarak kullanılması ile de geniş halk kesimleri yönlendirmeye başladığı da gerçekleşecektir. Mahrem, "gizli, herkese söylenmez; herkesçe bilinmemesi gerek" anlamında kullanılır. Bu kavram farklı kültür ve ortamlarda farklı olarak algılanmış ve bu algılanışa göre de farklı kavramlarla ifade edilmiştir. (Duman, 2011: 153) İnsanlık doğanın bir parçası olarak mevcut benliğini asla eskisi gibi koruyamayacak, kendisine ait olan değerleri ve kutsal mahremiyetini uzakta tutma gizleme dokundurtmama gücünden uzaklaşmaya başlamıştır. Bu sanayi devrimi ile başlayan sürecin bir sonucu olarak gözlemlenmektedir.

Modern hayatın ilk baskı makinaları ile birlikte hızlı basılan gazeteler ve sayıları artan süreli yayınlar, kitap ve benzeri materyaller fotografla buluştuklarında; insanlığa ait kutsal mahremiyet sosyal medyalar dolayısıyla uluslararası iletişim ağıyla evrenselleşmeye başlayacaktır. Günümüzün sosyal medya unsurları olarak görülen bu kitle iletişim aygıtları, olağanüstü gelişim süreci içinde olan teknolojinin bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Berger (1998:10) "her bir fotoğrafa bakıldığında ne denli az olursa olsun, fotoğrafçının sınırsız görünüm olanakları arasından o görünümü seçtiğini fark ederiz. Rastgele aile fotoğraflarında bile böyledir bu. Fotoğrafçının görme biçimi konuyu seçişinde yansır." der. Kabul edilmesi kolay olmayan yeni gerçeklikler ve yine kabul edilmesi pek mümkün gibi gözükmeyen yeni dil ve alışkanlıklar her bir bireyin sindirerek yaşayacağı karşı çıkmakta zorlanacağı bir hayatın ta kendisidir. Bu durum fotoğraf alanına da sirayet etmiştir.

Fotograf teknolojisinin ilk zamanlarında; anıların kayıt altına alınmasının yanı sıra fotografın belgesel yönü ise takdire şayandır. Kitle iletişim araçlarında en önemli aktör olarak kullanılmış ve kullanılmaktadır. Objektifin gücü dünyanın tüm alışkanlıklarını değiştirmektedir. Yaşam biçimlerini belirleyen temel dayanak noktası olmakta ve yaşama yön vermektedir.

Robins'e göre; "Bilgisayarlarla çalışan insanlar tıpkı Narcissus ve yansıması gibi, kendi oluşturdukları dünyaya veya kendileri için başkaları tarafından yaratılan dünyalardaki kendi performanslarına kolayca âşık oluvermektedirler. (...)" (Robins, 1999: 91) Hiper gerçek dünyalar kuran insan; sosyal medyalarda bu gerçeklikleriyle varlıklarını sürdürmektedirler. Facebook, Twitter, Instagram vb. sosyal medya ağlarında kurulan hiper gerçek dünyalar birer "marka" niteliğindedir. Her birey bir markadır ve bu markanın gereği olan kurumsal kimlik kurulduktan sonra buna uygun şekilde sosyal medyalar kullanılmaya başlanacaktır. Nelerin giyineceği nasıl davranılacağı, ne izleneceği ne yeneceği kitlelerle paylaşılmaya başlanarak marka değeri oluşturma kaygısı hiper gerçek dünya kuran insanın başlıca görevi olduğu görülmektedir.

Fotografın ilk dönemlerinde fotograf büyük heyecan yaratmış; duygusal yoğunluklarla anıların kayıt altına alındığı tesbit edilmektedir. Yürek burkacak kadar yoğun his hali ile "AN"lar kayıt altına alınmaya çalışılmıştır. Fotograf ölümsüzleştirmek için kullanılmış; Bir daha olmayacak tek biricik "AN", Walter Benjamin "o an" veya "biricik an" a "hale" demiştir. İşte bu biricik tek "AN"lar kayıt altına alındıkça; dünya eskisi gibi değildir artık. En değerli yakınların, bir annenin, babanın, kız kardeşin veya bir arkadaşın "hale"sine istendiğinde bakılabilecek, yuzu okşanabilecek ve/veya bir sevgili yada bir evlat öpülecektir.

Anıların ve zamanın kayıt altına alınması "Fotograf Albümü" kültürünü yaratmıştır. Fotograf Albümü aslında tüm birikmiş anıların bir araya getirldiği çok özel ve kutsanmış değerli, kapaklı "tek" ve "biricik" "anılar mabedi" gibi algılanmaktadır. Fotograf Albümü'nün Fotografın insanlığa kazandırdığı en değerli birikim kültürlerinden birisi olduğu kabul görmektedir.

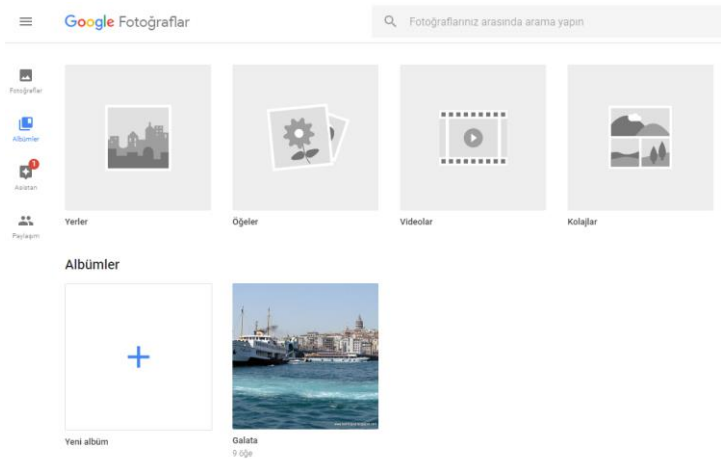


Görsel 3. *Albüm Fotografları* **Kaynak:** *Ahmet Süreyya Koçtürk*

Yaşama geliş, eğitim çağı, aşklar, arkadaşlıklar, iş hayatı ve ölüm serüveninin tümü kayıt altına alınabilmekte ve bu albümlerde birikilmektedir. "Toplum, üretim ilişkilerinin çevresinde oluşur. Bir toplumu anlayabilmek için de üretim ilişikilerine bakmak gerekir" (Kılıç, 2008: 3).

Modern hayatın sunduğu "Sefie" fotograf çekiemlerinden çok uzakta "marka" yaratma ve/veya yaşam şekli oluşturan hiper gerçek dünya insanından epeyce uzakta bir noktada durmaktadır. Walter Benjamin'in adlandırdığı biricik "AN", "TEK" "hale"sidir.

Fotograf Albümü kültürü bugün gelişmiş teknolojinin kullandığı temel dayanak noktasıdır. Geliştirilen fotograf toparlama ve yayınlama yazılımlarında bu bilinç üzerine inşa edilen arayüzler ve alışkanlıklar gözlemlenmektedir. Google Fotograflar örnek verilebilir, fotograf yükleme, albüm oluşturuma ve bu fotografları belirlediğiniz yakınlarınızla paylaşma seçenekleriyle sınırsız fotograf ekleyebilme seçeneği ile dünya insanlarına hizmet verdiği görülmektedir.



Görsel 4. *Google Fotograflar Ekran görüntüsü* **Kaynak:** *Ahmet Süreyya Koçtürk*

Teknolojinin var olması yeni yöntemlerin hayatı kolaylaştırması kaçınılmaz olarak görülmektedir. Eski fotograf albümleri sınırlı sayıda fotografı sayfalarına alabiliyorken; Google Fotograflar gibi bir uygulama sınırsız fotograf alanı vermektedir. Bu olağanüstü bir alan demektir. Walter Benjamin'in "hale" olarak nitelendirdiği "o an" fotografın ilk yıllarında ve gelişim sürecinde pozlanma süreleri, malzemenin pahalılığı ve üretim tekniğindeki zorluklardan dolayı; özenle, dikkatli ve estetik kaygılar gözeterek pozlandırılmek zorunda kalındığı

görülmektedir. Günün teknolojisinde ise; "selfie" olarak uluslararası isme sahip bu fotograf çekimi yöntemiyle sınırsız sayıda ve bir tuşla hatta ses komutuyla istenildiği kadar çekim yapılabilmektedir. Selfie, bireyin her anlamıyla istediği zaman fotograf çekebildiği yöntemdir. Kendi kendine tuşa basarak veya komutla fotograf çekimi olarak adlandırmak mümkün.



Görsel 5. *Selfie Örneği* **Kaynak:** *https://cpb-us-e1.wpmucdn.com/sites.psu.edu/dist/8/13467/files/2014/10/Woman-taking-selfie-015.jpg*

Selfie veya **özçekim**, bir dijital fotoğraf makinesi ya da kameralı cep telefonu ile çekilen oto-portre fotoğrafı türüdür. Bu fotoğraflar genellikle gündelik anlardan ve bir kamera ile yukarıdan kol boyu mesafesinden ya da ayna karşısından çekilmek suretiyle düzenlenir. Selfie olarak çekilmiş fotoğraflar genellikle Facebook, Instagram, Snapchat ve Tumblr gibi sosyal paylaşım sitelerinde paylaşılır.

Selfie Oxford Üniversitesi tarafından 2013 yılının kelimesi seçilen ve İngilizce sözlüğe eklenen bir kelimedir.

2014 yılında da Türk Dil Kurumu tarafından "selfie"ye karşılık olarak "özçekim" kelimesi kabul edilmiştir. (https://tr.wikipedia.org/wiki/Selfie)



Görsel 6. *Selfie Örneği* **Kaynak:** *https://s1-ssl.dmcdn.net/e-BL5/x360-png/2Z_.jpg*

Selfie; insanın kendisini yücelttiği yegane bir araç haline dönüşmüş, birey en iyi açıdan, en iyi ışık ve en sevimli hatta en gülümsemesini bilen haliyle kendisini yakaladığında; gerçekten çok uzak yeni gerçeklik anlayışı olarak

görüldüğü yeni yaşam biçemi haline dönüşmektedir. En iyi yemeklerin yendiği, en iyi "AN"ların kendileri tarafından geçirildiği, en iyiye sahip olmanın markalarına değer kattığını düşündükleri, özellikle sosyal medya platformlarında sergilendiği yeni gerçeklik hali olarak nitelenmektedir. Türkçe karşılığı "Öz Çekim" temel olarak doğru bir isimlendirme olmakla birlikte; çekilen büyük oranda hazırlanılıp çekilen görseldir. Öz halden uzak bir rol çekimi olduğu kabul görmektedir. Kurgulanmış bir yaşam ve görselleştirldiği fotograf çekim şekli olarak tanımlamak mümkündür.



Görsel 7. *Selfie Örneği* **Kaynak:** *https://www.rd.com/wp-content/uploads/2016/03/01-look-better-in-photos-beware-lighitng.jpg*

Tekonolojilerle birlikte sosyal yaşam biçimleride değişmektedir. Nostaljik anılar içinde kalan naif ve anlam yüklü; Fotograf Albümü kültürü gibi değerler, yerini yeni aygıtlara bırakmaktadır. Çok hızlı tüketen yaşam biçimleri insanların her anını ve her mahremiyetinide tüketmektedir. Pijamalı Selfi ile insan; yeni insan modeli olarak varlığını göstermektedir. Sevişirken fotograf çeken, yediği her lezzeti paylaşan hatta yemeden sadece paylaşan insanlar yeni yaşam biçiminin kahramanları olarak karşımıza çıkmaktadır.



Görsel 8. *Selfie Örneği* **Kaynak:** *https://www.nivea.de/-/media/local/de/schoene-haut/wie-bekomme-ich-schoene-haut-0156/hautpflege-ist-typsache-standard.jpg?mw=626*

Ager, insanların internette bir tür benlik kurgusu yaptıklarını ve hayali dünyasında benlik kurgusuna her zamankinden daha çok ihtiyaç duymaktadırlar (2011: 168). Yeni yaşam şekilleri teknolojinin dayattıklarının bir sonucudur. Red edişler olsa dahi kaçınılmaz olarak sindirilerek bu yeni üretim yöntemleri ve standartlarının kabul gördüğü gözlemlenmektedir.

SONUÇ

Gelişen teknoloji ile birlikte üretim tekniklerinin zenginleşmesi ve yaşam biçimlerinin değişmesi insanın; varlığını yeni koşullara uygun yeni bir biçem ile kendisini var etmeye zorlamaktadır. Dijital Fotograf ve sonrasında gelişen internet ve sosyal medyalarla birlikte bilgi aktarımını sağlayan her türlü araç gereç üzerinde, yeni görselleştirme uygulamaları Fotograf'da Gerçek kavramını değiştirmeye başlamıştır.

Fotograf bir marka değeri yaratma aracı olarak kullanılmaya başlanmış, bireyin hiper medyalarda var oluşuyla birlikte, kendi kişisel markası için tüm davranışlarını ve yaşam biçimini kayıt altına almaya başlamasıyla; büyük ölçüde mahremiyeti de dahil olmak üzere insanın önemsediği değerlerin şekil değiştirdiği; naif yaşam biçimlerinin ve estetiğin fotograf kadrajından var olma yöntemlerinin sanatçı duyarlılığı ve sorumluluğu ile varlığını sürdürebileceği görülmektedir.

Tek biricik "o an" Walter Benjamin'in deyişiyle "hale" 20.yüzyil sonlarına kadar belgesel niteliğini taşıyan ve geleneksel kültür biçimini alan aile fotografları ve albümleri, dijital teknolojinin gelişmesiyle yerini yeni dönemin fotograf anlayışına bırakmaktadır. En iyi makinaların ve en iyi yazılımların kullanıldığı ve tek bir tuş veya ses komutu ile saniyede milyarlarca fotograf çekilen büyük çoğunluğuna hiç bakılmayacak fotograf çöplüklerine dönmekte olduğu görülmektedir. Milyarlarca insanın gün içinde Selfi çekişini bile Selfilediği fotograflar.

Bir rüyayı Niépcé'nin ilk pozlamasıyla yaşayan insanoğlu; Instagram fotograflarıyla her saniye yeni karelerle akıllı telefonlarının ve dijital depolama alanlarını doldurmaya devam edeceklerdir.

KAYNAKÇA

Ager, B. (2011). Sanal Benlik. (Çev). Volkan Hacıoğlu İstanbul: Babil Yayınları

Benjamin,W, (2012) Fotoğrafın Kısa Tarihi - Teknik Araçlarla Yeniden - Üretim (Çoğaltma) Çağında Sanat Eseri,Agora Kitaplığı,İstanbul.

Berger, J. (1988). Görme Biçimleri. Yurnanur Sal, an (Çev.), (3. Baskı). İstanbul: Metis Yayınları.

Duman, K. (2011) , "Talk Showlarda Mahremiyet ve 'Oprah Winfrey Show'un Başarısının Sırrı: Tür, Anlatı, Format" Ed: Hüseyin Köse, Medya Mahrem Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar, Ayrıntı Yayınları, İstanbul

Debord, G, (1996) Gösteri Toplumu, Çev: Ayşen Ekmekçi, Okşan Taşkent, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.

Goffman, E. (2004). Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu. Barış Cezar (Çev). İstanbul: Metis Yayınları

Kılıç, L, (2008) Fotoğraf ve Sinemanın Toplumsal Tarihi,Dost Kitabevi Yayınları,Ankara,2008

Rettberg, J. (2014). Seeing Ourselves Through Technology: How We Use Selfies, Blogs and Wearable Devices to See and Shape Ourselves. 1st ed. Palgrave Macmillan UK.

Robins, K. (1999). İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası. Nurçay Türkoğlu (Çev.), İstanbul: Ayrıntı.

Muhafazakar Ataerkil Perspektifinden #sendeanlat (tellyourstory) Hashtaginin Analizi

Doç.Dr. Assiye AKA[1]

[1] Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İ.İ.B.F., Kamu Yönetimi Bölümü, akaasiye@comu.edu.tr

Özet: Neoliberal politikaların kadın bedeni üzerinde yarattığı dönüşümün mercek altına alınacağı bu çalışmada[1]; muhafazakar ataerkil yapı üzerinden kadın bedenine yönlendirilen şiddetin tezahürlerinin analizi yapılacaktır. Bildirinin amacı neomuhafazakar ataerkil yapı temasının kadına yönelik şiddet türü arasında ne tür bağıntının olduğunu analiz etmektir. Bunu yapabilmek için nitel ve nicel araştırma yöntem ve teknikleri bir arada kullanılmıştır. Bilindiği gibi hangi türden araştırma yapılırsa yapılsın, ilk yapılması gereken şey o araştırmaya konu olan öznelerin dâhil olduğu evreni seçmektir ve daha sonra da bu evreni temsil eden örneklemi seçip, örneklemin çalışılacağı araştırma tekniklerini belirlemektir. Bunun farkında olunarak; araştırmanın evrenini (E) 14-19 Şubat 2014 tarihleri arasında #sendeanlat hashtagi ile atılan 614703 tweet oluşturmaktadır. Ayrıca atılan tweetlerin görselleri da araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırmanın nesnelliği açısından bir de şiddete maruz kalmış kadınlarla derinlemesine görüşme (mülakat) yapılmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi ile analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Muhafazakârlık, Ataerkil Yapı, Kadın, Şiddet, Sosyal Medya

1. GİRİŞ

Son yıllarda Türkiye'de kadına yönelik tecavüz ve diğer ihlallerden dolayı gerek dijital medya, gerekse diğer kitle iletişim araçlarında haberler yer almakta ve bu haberler yapılırken bile diğer şiddet eylem biçimlerinin gerçekleşiyor olması hem ürkütücü hem de korkutuculuğunu sürdürmektedir. Çalışmaya konu olan Özgecan vahşeti (11 Şubat 2015'te tecavüz girişimine direndiği için bir minibüste önce defalarca bıçaklanan, arkasından demir çubukla dövülen; daha sonra da elleri kesilen ve cesedi yakılan üniversite öğrencisi Özgecan Aslan) yazılı ve görsel medyada bir süre önemli bir gündem olmuştur. Basılı, görsel, dijital medya, farklı haber, spor ve eğlence kanallarında yer alan; farklı sanatçıların attıkları tweetlerle tepki verdikleri (Beren saat vd.) ve toplumun en marjinal kısmı denilebilecek bir kısmından da (Sedat Peker) olumlu destek alırken; Nihat Doğan ve ardılları ise bu tür olayların yapısal nedeni olarak laikliği ve giyinme tarzı (mini etek giyme, şort giyme vb.) olarak görmüşler ve adeta kadına yönelik şiddet olaylarını sıradanlaştıran ve doğallaştıran tweetler atmışlardır. Bu vb olayların din-muhafazakarlık-geleneksellik ve neoliberal ekonomi/politiğin uygulandığı ülkelerde yaşanıyor olması ve şaşırtıcı benzerlik göstermesi oldukça ilginçtir. Örneğin benzer bir olayın da Hindistan'da da gerçekleştiğini (Delhi otobüsünde genç bir kadının -diğer adı Nirbhaya-Fearless korkunç tecavüzü olayını) Bannerji (2016: 3) makalesinde yer vermiştir. Özgecan vahşetinin hemen arkasından atılan tweetler özelinde genel olarak iki tartışma yaşanmıştır. Birincisi kadına yönelik şiddet ve diğer ihlal olayların kolektif olarak işlenmesi ve suçu işleyenlerin yasadaki boşluktan faydalanıp iyi hal indiriminden faydalanmaları şiddet olaylarını pekiştirdiği düşünülmektedir. İkincisinin ise gerek dijital medyanın gerekse basılı yayının şiddet olaylarını aktarım biçiminden dolayı ve ilginç bir şekilde bu olayların yaşandığı zamanın hemen arkasından kadına yönelik şiddeti eleştiren filmlerin, dizilerin, temsillerin yapılması bu tecavüz ve kadına yönelik diğer ihlal olaylarını azaltmak yerine arttırdığı söylenebilir. Diğer bir anlatımla, bu olaylar neoliberal ekonomi/politik muhafazakâr yapının şiddet ürettiği tezini doğrulamaktadır.

Bourdieu'nun ifadesiyle (2001),"toplumsal cinsiyet yapısı içinde, temel örgütlenme faktörü, tahakkümün toplumsal yapıların temelini oluşturma ve habitus yoluyla yeniden üretilen beden, zihin ve eğilimler üzerinde kalıcı etkilerin kazınması, toplumsal pratiklerde gömülü olan toplumsal cinsiyet temelli bir görev dağılımıdır" (Gamlin ve Hawkes, 2018: 58). Tahakkümün bir yapısı olarak Bourdieu'nun toplumsal cinsiyet yorumlamasının merkezinde, baskı güçleri ve bireylerin boyun eğme veya gönüllü eylemleri arasındaki gerilim bulunur (Gamlin ve Hawkes, 2018: 58).

1 Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi BAP (2016-2018 Akademik Takvim) çerçevesinde SBA-2016-770 proje kodu ile yürütülen Kadına Yönelik Şiddet Anlatılarının Neoliberal Ekonomi/Politik Perspektiften Analizi: "#sendeanlat Tweeti ve Şiddeti Deneyimlemiş Kadınlar Özelinde adlı projenin" bir bölümünü oluşturmaktadır.

Bourdieu, sosyal yapıların faili nasıl kısıtladığını açıklarken, aynı zamanda bununla başa çıkmak için sembolik şiddet biçimlerini de dolaşıma soktuğunu açıklar. Bu eril tahakküm sisteminin "kadınlar üzerinde kalıcı etkiler" bıraktığını söyler. Bourdieu'a göre (2001: 38), "kendilerine empoze edilen düzene kendiliğinden uyum sağlayan eğilimlerdir bunlar" (Gamlin ve Hawkes, 2018: 58).

Cinsiyet inşasının bu eğilimleri, eylemleri ve bilinçaltı biçimleri bilinçli toplumsal onaylama ve cüretkâr eylemlere tabi tutulur; bu süreçte, kadınlar ve erkekler cinsiyetlerine uygun bir şekilde nasıl davranacaklarını ve aynı zamanda temsiliyet biçimlerini ve bir sosyal yapılanma meselesini de öğrenirler (Bourdieu, 2015).

Bu çalışmada kamusal alanda (servis otobüsü) gerçekleşen kadına yönelik bir şiddet olayının analizi olmasına rağmen (tweetler ağırlıklı genel toplumsal deneyimi -267 kişi- anlatmasından dolayı), şiddeti bizzat gerek kamusal gerekse özel alanda yaşayanların anlatılarına başvurmak sorunsalın analizinde daha gerçekçi olacaktır. Bu nedenle araştırmanın daha nesnel olması bakımından şiddeti bizzat yaşayan 20 kadınla derinlemesine görüşme (mülakat) yapılmıştır.

Yukarıdaki ilk tartışmada kolektif şiddetin toplumsal yapı ile ilişkisine kısaca yer vermenin faydalı olacağı düşünülmektedir. Çünkü şiddet tıpkı iktidar ilişkisi/ilişkileri sarmalıysa şayet şiddet ve türleri, toplumsal yapının en derin noktalarına sirayet eden ve toplumsal yapının (örf, töre, gelenek görenek, din, kültür ve belli ölçülerde hukuk) kendisinin kadına yönelik şiddet biçimlerini de (belli ölçülerde) üretmektedir. İkinci tartışma konusu olan medya ve şiddet ilişkisinde ise şu noktaların altını çizmek faydalı olacaktır. Medya, izleyicilerin/okuyucuların kafasını karıştırmaktan, ataerkillik karşıtı durumu uyarmaktan, cinsel ve diğer şiddet olaylarına tanıklık etmekten ve bu olayları sürekli göstermekten dolayı şiddetin derecesini arttırmaktan sorumludur. Bu sorumluluğun aktörleri hem dijital medya, sinema ve televizyon haberleri hem de eğlence ortamlarıdır. Şiddete aracılık eden dijital, görsel, basılı medya da dâhil olmak üzere, şiddete karşı ya da taraf olma meselesinde kamusal bilincin manipüle edilmesinde olağanüstü bir etkiye sahip olduğu şüphe götürmez bir realitedir. Bu şiddete karşı ve taraf olma pozisyonlarının her ikisi de belli ölçülerde hakikat unsurlarını kendi içinde barındırmaktadır.

Şiddetin temsili arttıkça ve bunun kitleleri anında etkileme gücüne sahip medyada aktarımı rol-model olarak iletim biçimi şeklinde olmaya devam ettikçe, her türlü şiddetin büyük ölçüde arttıracağı gerçekliği toplumsalın her alanında devam etmektedir. Bannerji'nin (2016: 3) ifade ettiği gibi "emperyalist saldırganlıkların ve dünyanın birçok kesiminde, uluslararası çatışmaların ve neoliberalizmin öncülerinin üçüncü dünya ülkelerinde ve istikrarın olmadığı başka yerlerde insan kitlelerinin yaşam biçimlerini ve geçimlerini organize ederek"; aslında yaşamsal alanları kendi arzu ve isteklerine göre düzenleyerek yerel ve küresel boyutta motor rolü oynamaktadırlar. Küçük ölçekli ve büyük ölçekli savaşlar, mutlak mülksüzleştirme, mültecilerin yer değiştirmesi, genel toplumsal değerlerin yozlaşması, kapitalizmin farklı bir evresinin yaşandığını göstermektedir. Böyle bir şiddet, daha itinalı bir şekilde aktarılsa bile, buna benzer bir kültürlenme süreci de üretecektir.

Çalışma kamusal alanda kadına yönelik şiddet üzerinde odaklansa da, bu şiddet biçimlerinin toplumsal kökenle olan ilişkisine dokunmadan geçmek sorunun tam olarak anlaşılamamasını sağlar. Bu bağlamda ataerkillik, kadına yönelik şiddetin toplumsal bir organizasyonuna- elbette ki kapitalizmin farklı bir aşaması olan neoliberalizmden ya da başka bir türden daha öncesine- dayanır. Üçüncü dünyada, gelişmekte olan ülkelerde ya da neoliberal ekonomi/politiğin uygulandığı ülkelerde (Türkiye, Hindistan, Asya Kaplanları vb.) durum muhtemelen böyledir. Ancak, yoğunluğu, derecesi, yıpranma düzeyleri farklı ölçülerde olsa da kadın, çocuk (kız-erkek) ve hatta hayvan bedenlerine yönelik ihlallerin toplumsalın her alanında ciddi bir krize işaret etmektedir. Bu korumasız bedenlere yapılan şiddet, son yıllarda hem nicel hem de niteliksel bir sıçrama yapmıştır. Bu değişim ve politik-hukuksal ve kültürel olarak alınamayan önlemler bir tecavüzden diğerine geçişe imkan sağlamış ve böylece tecavüzcü eylem biçimleri kamusal, kolektif, gösterişli eylemlere ve gösteri sembollerine dönüşmüştür. Mahkemede kravat takıp, takım elbise giymekten iyi hal indiriminden faydalanma, "bir kereden bir şey olmaz", "kadın da içki içmiş", "gitmeseydi", orada ne işi vardı", "mini etek giymeseydi", "dizini kırıp otursaydı" vs. söylemleriyle şiddet türleri adeta normalleştirilen bir şölene dönüşmüştür. Diğer bir ifade ile toplumsal iktidar (ataerkil muhafazakar zihniyet) toplumsal statüleri düşük ve ayrıca sosyal ve ekonomik sermayeden yoksun en korumasız olan bedenlere yönelik ihlallerin yoğunlaştığı görülmektedir. Pozitif referans kimliğine sahip olmayan bazı kadınlar, bu mağduriyet yelpazesinin emsalsiz hedefleri olmaktadırlar. Ülkemizde de genel olarak, 1980 sonrası ve özellikle de 90'lı ve 2000'li yıllarda "mobing" de denilen iş yeri terör biçiminin kamusal alanın her alanında yaygınlaşması, enteresan bir şekilde tartışımcı demokrasi tartışmalarının yapıldığı; negatif kimliklerin ve farklılıkların tanınırlık talepleri için ilk defa hükümetle bir masada etrafında toplandığı dönemlere denk düşmesi ataerkil zihniyetin toplumsal yapıda ne kadar çok kök saldığının da bir göstergesidir.

Şekil 1: Kadına Yönelik Şiddetin Nedeni Olarak Gösterilen Neoliberalleşen Toplumsal Yapı/Muhafazakar Eril Yapıyı Anlatan Görsel (#sendeanlat hashtagi ile atılan tweetten)



Kapitalizmin ve ataerkilliğin her zaman birlikte hareket ettiği bilinmektedir. Kapitalizm kendi kendine yeten bir toplumsal oluşum olmadığı gibi, patriarka da yalıtılmış sosyal bir alanda tek başına işlev göremez. Ataerkillik olarak kodlanan sosyo-cinsel ilişkiler, sosyal organizasyonu, ahlaki düzenlemeleri ve işbölümünü birbirine bağlayan bir bütündür. Erkeklik ve kadınlık hallerinin toplumsal varoluşu, kendiliğinden oluşmaz ve kendi kendini yeniden üretemez. Tüm toplumsal örgütlenmenin güç ilişkileri, hem mülk hem de mülkiyeti içeren üretim ve yeniden üretim sürecinde, toplumsal cinsiyet ilişkilerini zorunlu kılmaktadır. Böylece patriarka, üretim tarzındaki önemli değişikliklerle modifiye edilir ve mutasyona uğrar. Bu genel modun temel bileşenleri olan ataerkil ilişkiler ve ahlaki zorunluluklar somut biçimiyle toplumsal ilişki biçimlerinde yeniden üretilir. Kapitalist üretim tarzında, önceden var olan kurucu ve konjonktürel toplumsal unsur olarak ataerkillik gelişir ve yeni toplumsal oluşum içinde devam eder. Ataerkillik, zaten ekonomik, kültürel ilişkilerden ve fikirlerden ayrılamaz. Başka bir deyişle, her yeni sosyal organizasyonun tarihsel uygulamalara, geçerli değerlere ve kültürel kimliklere dayanmasıyla yeniden üretilir. Türkiye'de sivil toplum örgütlerinde, diğer devletlerde olduğu gibi, devlet ve ekonomik yapıların ideolojik aygıtları, karşılıklı olarak birbirlerini biçimlendirici ilişkilerde dinamik olarak gelişir. Bannerji'ye göre (2016: 4-5) "iktidar partileri ve vizyonları, siyasi projeler ve aynı zamanda direnişe karşı çıkanların kendileri de dâhil olmak üzer aynı şekilde işlev görmektedirler". Bu çelişkili ve çatışan zorunluluklar bir soyutlama değil, aksine iktidar biçimlerini etkileyen, devlet aygıtını dönüştüren arabuluculuk biçimleridir. Bu biçimler, ekonomi de dâhil olmak üzere bir toplumun entelektüel-manevi ya da kültürel hayatını şekillendirmektedir.

Sivil toplum örgütleri, cemaat tipi örgütlenmeler, eğitim, din, siyasal ve hatta hukuk ataerkil zihniyeti üreten ve beğeniler üreten öznelerdir. Neoliberalizm, seküler bir ulus devletin baskılarını azaltma şiarıyla, özcü dini ideolojilere yardım etmesi; sadece Türkiye'de değil diğer batı Asya ülkelerinde, Ortadoğu'da ve sınır komşularımız da dahil olmak üzere yoğun şiddet ağı ve yarattığı radikal fundamentalist hareketlerle toplumsal yapıyı ağ ve piyasa toplumu haline getirmiştir. Benzer bir şekilde ekonomik ve toplumsal şiddet birbirini olanaklı hale getirmiş ve patriarşi küresel birikim için temel bir kaynak oluşturmuştur. Bannerji'nin de (2016: 5) ifade ettiği gibi "kapitalizmin yeni bir evresi olan neoliberal ekonomi/politik ve ataerkillik birbirini güçlendirmektedir. Tarihsel perspektiften bakıldığında, tarım toplumlarında kadınların özel alana çekilme süreci ile erkek hem doğaya hem de kadın üzerine egemen olmaya başlamıştır. Devam eden süreçte ise, kapitalist toplumlarda bilimsel, kültürel ve siyasi devrimleri erkekler gerçekleştirmiştir. Kadınlar ise ekonominin asli unsur değil, daima yedek iş gücü olarak algılanmıştır. Erkek nüfusun azaldığı durumlarda (savaşlar) kadınlar, kamusal alanda görünür olurken; esnek üretim zamanlarında ise kadınların hane içi üretimlerine olanak sağlayan neoliberal ekonomi/politik, kriz zamanlarında kadın bedenlerinin dolaşımına sokulmasına sesini çıkarmadı. 1980 sonrası sivil toplum hareketlerinde, ülkemizde kadınların özgürleşme/özgürleştirilmeleri süreçlerine dair toplumsal cinsiyet programları ile özgürlük yanılsaması yaşayan kadınlar, aslında eril zihniyetin yeniden üretilmesine dolaylı katkıda bulundular. Bir taraftan özgürleşme söylemiyle diğer taraftan ataerkil muhafazakâr toplumsal yapının (sağ-sol ideolojiler fark etmeksizin) hegemonik projesi dolaşıma sokuldu. Muhafazakâr ideoloji, kadının geleneksel tarihsel rollerini üretmesini ve piyasa toplumuna uygun bireyler yetiştirmesini teşvik etti. Neoliberal ekonomi/politik de muhafazakâr norm ve eril toplumsal yapıyı (gelenek/görenek/töre) kendi çıkarına kullandı ve bunun doğal sonucu olarak da kadın bedenine yapılan ihlaller arttı.

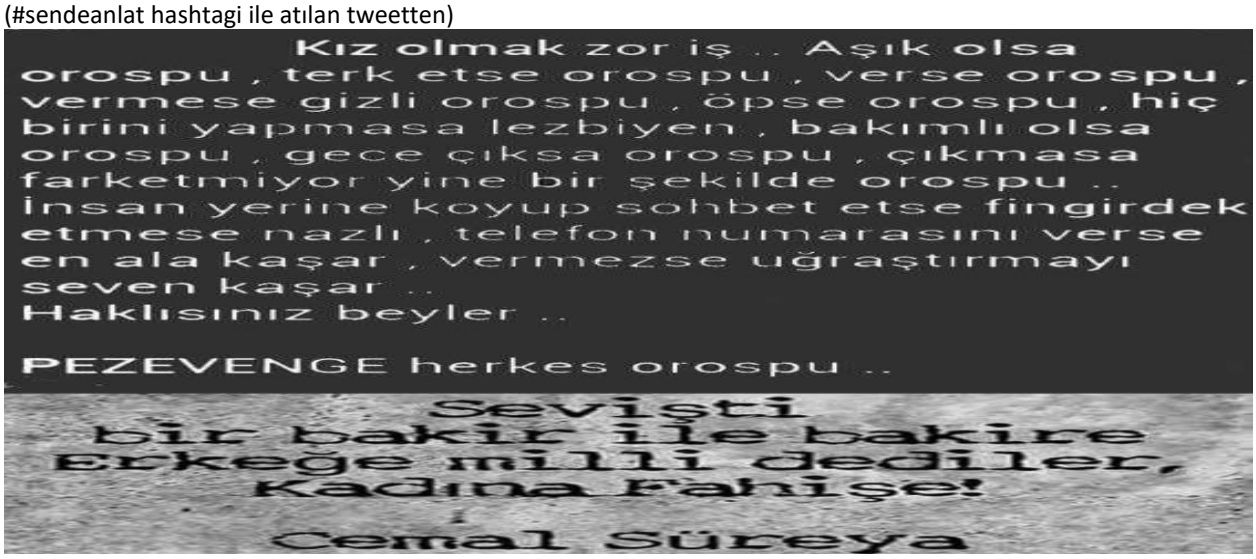
Kendini liberal-muhafazakâr olarak tanımlayan erkek bir akademisyenin bu konuda hayli çarpıcı cümleleri insanı oldukça şaşkına çevirmekle birlikte bu düşüncenin her geçen gün doğallaşması dönüşüm süreçlerindeki çaresizliği de anlatır niteliktedir:

"Kapalı hatta çarşaflı bir eşim ama aynı zamanda modern giyimli ve bakımlı/çalışan bir kız arkadaşım olsun; kız arkadaşım benden herhangi maddi bir şey beklemesin…Ama eşim sadece bana ait olsun. O benim çocuğumu büyütsün. Kız arkadaşıma belli zamanlarda uğrarım".

Muhafazakâr bir ideolojiden gelen bir erkek üniversite öğrencisinin de şu ifadeleri oldukça çarpıcıdır: *"Şeriat bize dört kadınla evlenebileceğimizi söylüyor. Üç kadınla imam nikahı yapar bir kadınla da resmi nikah yaparım. Ama Avrupalılar da olduğu gibi sevgili ilişkisine karşıyım ve buna da müsaade etmem".*

İlginç bir şekilde kendisini sol tandanslı tanımlayan sendikaların bakış açısı da muhafazakâr ideolojiyi destekler tarzdadır. Yapılan çalışmalar göstermiştir ki en fazla kadına yönelik şiddet eylemleri ve mobbing bu yapılarda kendini göstermektedir.

Şekil 2: Kadına Yönelik Şiddetin Nedeni Olarak Gösterilen Toplumsal Cinsiyet Algısını Anlatan Görsel (#sendeanlat hashtagi ile atılan tweetten)



Ataerkillik, gerçekte var olan kapitalizmin habitusları olduğu gibi, aynı zamanda, şiddet içeren bir toplumsal biçimdir. Sermayenin ilk şiddet biçimi, onun başlangıç evresine denk düşer. Karl Marx'ın açıkladığı gibi, sermeye ilkel birikimi başlatmış ve Avrupa toplumlarını ters yüz etmiş ve tarihini 'kan ve ateş' ile inşa etmiştir. Bu ilkel birikim hala ve zorunlu olarak da devam ediyor. Neoliberal evre, "büyüme" (birkaçına) için ilkel birikim ve (çoğunu) mülksüzleştirme için ayrıntılı ve çok düzenli programlar uygular. Erkeklik ve kadınlık tipolojilerinden oluşan ataerkil uygulamaların ve ideolojilerin mutasyonları, etno-milliyetçi siyaset ve ideolojilere yönelir. Kadınların genel olarak, bedenleri ve emek güçleri, ahlaki düzenlemelerin nesneleri olmaları yanı sıra eşzamanlı olarak sahip olma ve tüketim nesnesi haline gelir. Egemenlik, azınlıklık ve yoksul kadınlar üzerinde yoğunlaşır. Fakat bu yoğunlaşma mevcut aşamaya ulaşıncaya kadar aşamalı bir süreç olarak gerçekleşir. Kapitalizmin ürpertici emtia fetişizmi ile gelişmesi, kadın bedeninin fetişizmini, tüketim nesneleri olarak, cinsel metalaşma noktasına ulaştırmıştır. Yabancılaşmanın derinleşmesi, hem "kadın" hem de "insan" arasındaki eski ataerkil ayrımı güçlendirerek, bir süreklilik ve yeni ataerkilliğe dönüş imkânı sağlar. Devlet kurumlarının yapısal dönüşümü ve devletin refah sorumluluğunun ortadan kalkmasıyla birlikte faşizme dönüşen ataerkillik, neoliberalizmin yaygınlaşmasına ve derinleşmesine olanak sağlayarak, ideolojik ve pratik yollarla çöküşe neden olur. Bu durum gündelik yaşam pratiklerinin dönüşmesine yol açarak evrensel iyi olan değerlerin çöküşüne zemin hazırlayarak yeni bir evrensellik biçimi olan yıkıcı rekabetin önünü açar.

Neoliberal kavramsallaştırmaların benimsenmesi, "geleneksel ataerkil yapıların reddedilmesini değil, yeni neoliberal iktidar-aile devletini, ataerkil aile için oryantasyon ve sembolik düzenin kaynağı olarak ikame etmeyi gerektirir" (Kanna, 2010: 104). Yoksulluğun artışının kitleselleşmesi, derin bir mahrumiyet ve yoksunluk duygusu, çok az bir grubun/öznenin çok fazla lüks yaşamasını, lüks tüketimin özendirilmesiyle ters yüz olan toplumsal alanda, kadın, çocuk ve hatta hayvan bedenine yönelik şiddet eylemleri de dâhil olmak üzere tüm şiddet unsurlarını ve zalimliğin farklı türden derecelerini mümkün kılar.

2. METODOLOJİ

2.1. Araştırmanın Konusu: Neoliberal ekonomi/politiğin kadın bedeni üzerinde yarattığı dönüşümün mercek altına alındığı bu çalışmada; yönetimsellik ve biyopolitika temaları üzerinden kadın bedenine yönlendirilen şiddetin (fiziksel, psikolojik, cinsel, sembolik, neoliebral ekonomi-politik vb.) tezahürlerinin analizini yapmaktır.

2.2. Araştırmanın Amacı: Neoliberal ekonomi/politiğin (biyo-iktidar, yönetimsellik) kadına yönelik şiddet ve türü türü arasında ne tür bağıntının olduğunu analiz etmektir

2.3. Araştırmanın Yöntemi: Neoliberal ekonomik/politiğin (biyoiktidar ve yönetimsellik) kadına yönelik şiddet eylemleri ile olan ilişkiselliği ve bu politikaların kadın bedeni üzerinden sürdürülen şiddet mekanizmalarının neler olduğunu açıklamaya çalışmaktır. Bunu yapabilmek için nitel ve nicel araştırma yöntem ve teknikleri bir arada kullanılmıştır. İhtiyaç duyulan veriler sosyal medya (twitter[2]) yoluyla elde edilmiştir. Twitter üzerinden toplanan tweetlerin önce niceliksel analizi yapılarak ve sonra da en çok tekrarlanan tweetlerin içerik analizi[3] yapılmıştır.

2.4. Evren ve Örneklem: Araştırmanın evrenini (E) 14-19 Şubat 2014 tarihleri arasında #sendeanlat hashtagi[4]ile atılan 614703 oluşturmaktadır. R istatistik yazılımı ile toplanan bu veriler yine aynı program ile işlenerek en çok *retweet* edilen (bir kullanıcının yapıldığı paylaşımın değiştirilmeden bir başka kullanıcı tarafından değiştirilmeden tekrar paylaşılması) tweetler[5] ve en çok beğenilen tweetler belirlenmiştir. Bu iki alt kümenin kesişimi örneklem olarak seçilmiştir. Ayrıca kamusal ve özel alanda şiddeti bizzat kendi yaşamış olan 20 kadın örnekleme dâhil edilmiştir.

---

[2]Twitter, kullanıcıların World Wide Web'te ve akıllı telefon aplikasyonları üzerinden, en fazla 140 karakterlik kısa mesajlar (tweetler) dağıtılmasını sağlayan internet tabanlı bir iletişim teknolojisidir. Twitter'I IRC, e- mail ya da Tartışma panoları gibi öteki çevrimiçi mesaj paylaşım biçimlerinden ayıran üç nokta şunlardır: Birincisi, Twitter "gönderici- izleyici" ilişkilerine kurmak için eklemlenmiş sosyal bağlantılara dayanmaktadır. Hem ayrı ayrı tweetler hem de belirli bir kullanıcının geçmiş tweetlerinden oluşan koleksiyonlar kalıcı bağlantılar aracılığıyla kamunun erişimine açıkken, Twitter kullanımına yol gösteren Temel kavram " takip etme" fikridir. İkinci olarak Twitter, # sembolünden ibaret olan kullanımı aracılığıyla kullanıcılara metinler arasında (tek tek tweetler ve tüm sohbetler) ilişki oluşumlarına olanak vermektedir (Schmidt 2016, s. 49-50). Yazılım ayrıca teori testi için güçlü araçlar sunması ve raporlama açısından eş değerleri içinde onu bir adım öne çıkmıştır.

[3] İçerik analizi, içinde çeşitli metinsel ve metinsel olmayan analiz yaklaşımlarının uygulandığı yöntembilimsel bir çerçeve olarak anlaşılabilir. içerik analizinin araştırma tekniği sözlü, yazılı ya da işitsel- görsel iletişimin içeriğinin sistematik bir biçimde kodlamasını ve analiz edilmesini kolaylaştırmaktadır (Berelson, 1952; Krippendorf, 2004; akt., Einspanner, Dang-Anh ve Thimm, 2016: 157). Bu teknik, sözcükleri, ifadeleri veya imgeler, sesler gibi başka anlamlı malzemeyi ya da hatta sayısal kayıtları bile yapıları ve semantiği bakımdan tanımlamak ve sınıflandırmak için kullanılmaktadır. Bu yöntemsel yaklaşım, tekli analitik birimlerin sıklık dağılımlarını ve eşdizimlilik modellerini yorumlayarak verilerden sistematik olarak "kullanımlarının bağlamları açısından" (Krippendorf, 2004: 18; akt., Einspanner, Dang-Anh ve Thimm, 2016: 157) geçerli sonuçlar çıkarmayı mümkün kılmaktadır. Enformasyon Çağı'nda internet, kişilerarası iletişim ve toplumsal etkileşim için önemli bir araç haline gelmiştir. Çevrimiçi iletişimin geçerliliğini değerlendirmek için içeriğinin dikkatli ve sistematik bir biçimde gözlemlenmesi kaçınılmaz görülmektedir (Rössler, 2002: 301; akt., Einspanner, Dang-Anh ve Thimm, 2016: 157-158).

İçerik analizinde üç farklı kodlama şeklinden faydalanılır. Bunlardan birincisi, önceden belirlenmiş kavramlarla kodlama; ikincisi, verilerden çıkarılan kavramlarla kodlama ve son olarak da genel bir yapı içinde kodlamadır.

[3]İçerik analizi "metin içeriği toplama ve analiz etme tekniğidir. İçerik iletilebilen sözcükler, anlamlar, resimler, semboller, düşünceler, temalar veya herhangi bir iletiye gönderme yapar. Metin, bir iletişim ortamı görevi gören her türden yazılı, görsel ya da sözlü öğedir. Kitapları, gazete veya dergi makalelerini, reklamları, söylevleri, resmi belgeleri, filmleri veya video kayıtlarını şarkı sözlerini fotoğrafları giyim eşyasını veya sanat eserlerini kapsar" (Neuman, 2006: 466). Krippendorff'a göre "içerik analizi verilerden, bu verilerin içinde yer aldığı bağlama göre tekrarlanabilir ve doğru sonuçlar çıkarmak için kullanılan bir araştırma yöntemidir (Akt., Leblebici ve ark., 2004: 12) İçerik analizi hem nicel hem de nitel araştırma yönteminde kullanılmaktadır. Bu konuda farklı düşünenler olsa da bu çalışmada hem nicel hem de nitel araştırma yönteminde bu teknikten faydalanılmıştır.

[4]Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi BAP (2016-2018 Akademik Takvim) çerçevesinde 770 proje numarası ile yürütülen Kadına Yönelik Şiddet Anlatılarının Neoliberal Ekonomi/Politik Perspektiften Analizi: "#sendeanlat Tweeti ve Şiddeti Deneyimlemiş Kadınlar Özelinde adlı projenin" bir bölümünü oluşturmaktadır.

2.5. Veri Toplama Teknikleri: Araştırmada birbirini tamamlayacak şekilde birden fazla nicel (tweet) ve nitel (gözlem, görüşme-mülakat) teknik bir arada kullanılmıştır. Veriler toplanırken bağımlı değişken olan hashtag ile atılan tweet sayıları dikkate alınmıştır. Buna göre 14 Şubat'ta başlayan #sendeanlat hashtagi kısa sürede trending topic (twitterda kullanıcıların o an en çok paylaşım yaptıkları konu) olmuş ve 15 Şubat Günü en üst seviyeye çıktıktan sonra 19 Şubat'a kadar üstel azalan bir eğilim göstermiştir.

Yukarıdaki açıklamalara göre #sendeanlat hashtagi altında paylaşılan toplam 614703 içerikten kendisi retweet olmayan 156928 özgün tweet süzülmüştür. Bu gruptan da en çok tekrar paylaşılan ve en çok beğenilen gruplar bağımsız olarak sıralanmış ve evreni yeterince iyi temsil edebileceği düşünüldüğü için %10'a tekabül eden ilk 15000 adedi seçilmiştir. Bu iki 15000 adet tweet kümesinin kesişimi olan 9459 adet tweet, #sendeanlat hashtagi ile paylaşılan tweetlerin örneklem grubu olarak belirlenmiştir. Bu belirlenen tweetlerden 2542'si işlenmiştir. Bunlardan üç veya daha fazla harf barındıran 26895 kelime üzerinden tek yönlü frekans tablosu oluşturulmuştur. Bunlardan da iki farklı neoliberal ekonomi/politik (yönetimsellik ve biyoiktidar) ana kod olarak belirlenmiştir. Ayrıca atılan tweetlerin görselleri de araştırmaya dâhil edilmiştir. Twetlerin analizi; çalışmanın önemli bir sorunsalı olan "neoliberal ekonomi/politiğin kadına yönelik şiddet ediminde belirleyici olup olmadığı" hakkındaki bilgiyi şiddet edimini doğrudan deneyimleyenler ve deneyimlemeyenler açısından görülebildi. Araştırmanın nesnelliği açısından bir de şiddete maruz kalmış kadınlarla derinlemesine görüşme (mülakat) yapılmıştır. Bu sayede kadına yönelik şiddetin temel nedeni saptanmaya çalışılmıştır. Şiddete maruz kalmış kadınların bakış açısından; şiddetin öznesi olan toplam yirmi kadın katılımcı ile derinlemesine görüşme (mülakat) yapılmıştır. Bu görüşmeler 15 Nisan- 15 Haziran 2018 tarihleri arasında kartopu yöntemi ile farklı tipte şiddet yaşamış kadınlarla (kamusal ve özel alanda) ortalama 60 dakikada gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin bir kısmı sadece yazılı olarak cevaplandırılmıştır. Bunun nedeni ise; şiddet yaşamış kadınlar korktuklarını ifade ederek ya yüz yüze görüşmeyi kabul etmemişler ya da deneyimlerinin sadece dolaylı olarak bilinmesini istedikleri için bu yolu seçmişlerdir.

2.6. Veri Analiz Teknikleri:

Elde edilen veriler değerlendirilirken karma teknikler bir arada kullanılmıştır. İlk olarak, örneklem grubundaki tweetlerin metinleri MAXQDA[6] bilgisayar yazılım programına yüklendikten sonra kelimelerin frekans analizi yapılmış ve bu analizin sonucunda sıklığı en fazla olan kelimelerden (Cinsiyet -kadın, erkek, kız, adam, mekan; ev, yol, otobüs, dolmuş, araba, taksi- giyim tarzı -mini etek, örtülü kimlik-; şiddet eylemi -taciz, takip, yürümek, anlatmak-; güvenlik -polis ve aile-) yola çıkılarak kuramsal çerçeveye göre neoliberal ekonomi-politikalar (yönetimsellik, biyoiktidar) şeklinde 4809 tweet içerik analizi yöntemiyle kodlanmıştır. Bu kodlama şekli önceden belirlenmiş kavramlarla kodlama ve verilerden çıkarılan kavramlarla kodlama formatlarının her ikisinden birden faydalanılarak yapılmıştır. Yukarıda anlatıldığı gibi önce verilerden hareketle kelimeler saptanmış, daha sonra da teorik çerçevede yer alan neoliberal ekonomi politikalar ve şiddet kategorilerindeki kavramlar sisteme işlenmiştir. Daha sonra ana kodlar ve alt kodlar oluşturulmuştur. Ve bu kodlar üzerinden içerik analizi yapılmıştır. MAXQDA bilgisayar yazılım programında nitel araştırma tekniklerinden olan, Kodlar Arası İlişkiler (Bağıntasallık), Alan Kod - Alt Kod, Kod Teori Modeli kullanılmıştır.

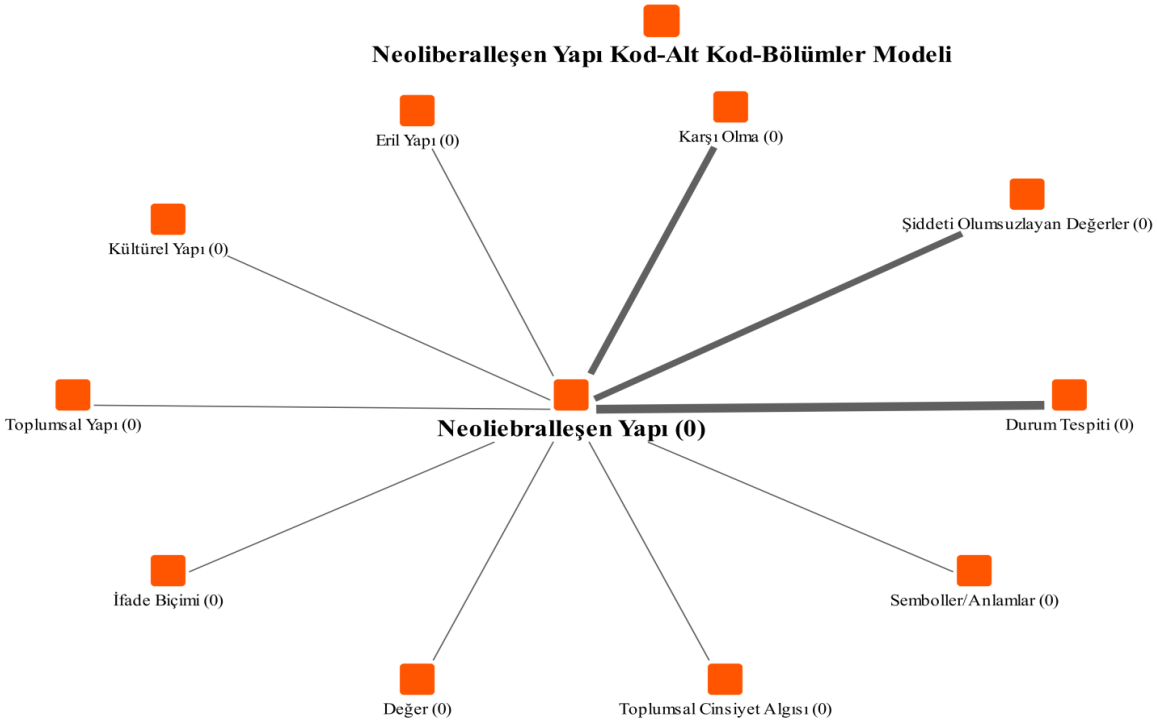
Yapılan görüşmeler MAXQDA yazılı programına kodlanarak (bazıları aynı bazıları ise farklı kodlarla) içerik analizi yapılmıştır.

[6] Bu program araştırmacı ya nitel metinleri sistematik olarak değerlendirmesi ve yorumlanması için yardım eden bir bilgisayar yazılım programıdır. Ayrıca teoriler geliştirmek ve teorik sonuçları test etmek için güçlü bir araştır. ana menüde 4 penceresi vardır: Veri, kod veya kategori sistemi, analiz edilen Metin ve temel ve karmaşık arama sonuçları. MAXQDA hiyerarşik bir kod sistemi kullanmaktadır ve araştırmacı parçanın ilgisini göstermek için bir metin parçasına bir ağırlık puanı ekleyebilir. Görsel haritalama özelliğine sahiptir. Veriler SPSS veya Ecxel gibi istatistik programlarına gönderilebilir ve yazılım da SPSS veya Ecxel programlarından veri alabilir. Belirli bir proje üzerinde birden fazla kodlayıcı tarafından kolayca kullanılır. Resim ve video parçaları bu programda saklanabilir ve kodlanabilir. MAXQDA Programının dağıtıcısı Almanya'daki VERBI Software'dir (Creswell, 2016: 202).

3. BULGULAR

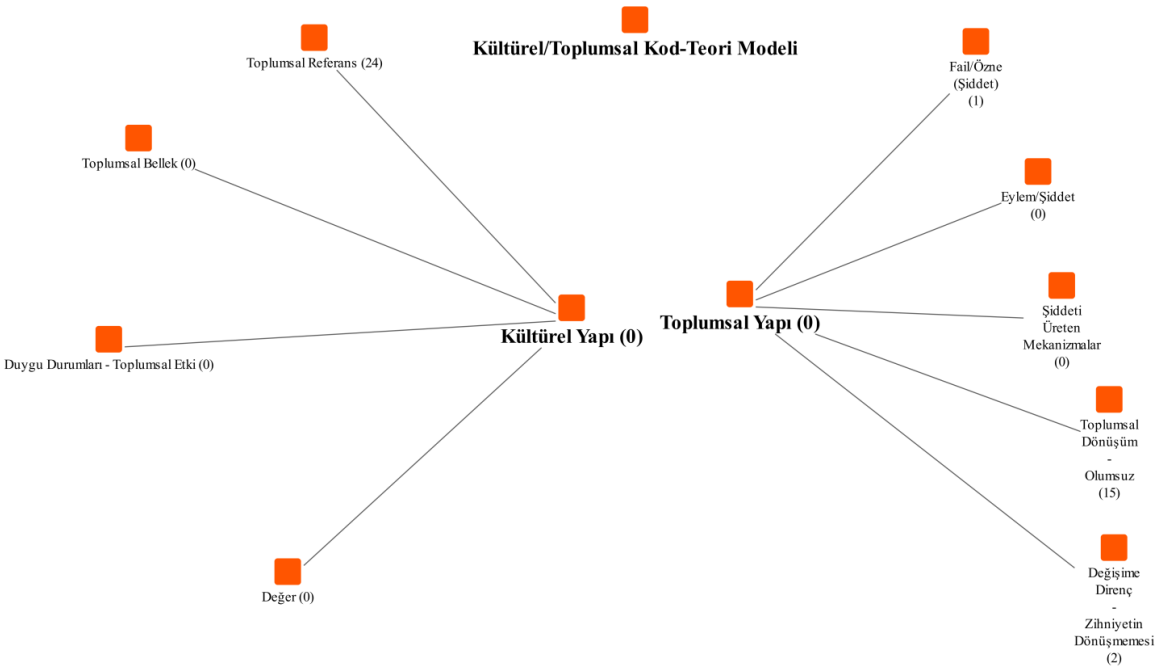
3.1.Toplumsal ve Kültürel Yapı

Şekil 3: Neoliberalleşen Toplumsal Yapı ile Kadına Yönelik Şiddet Arasındaki İlişkiyi/Bağıntısallığı Kod-Alt Kod-Bölümler İle Anlatan Harita (#sendeanlat hashtagi ile atılan tweetten)



Şekil 3 neoliberalleşen toplumsal yapı ile kadına yönelik şiddete karşı genel bir durum tespiti yapma, şidddeti olumsuzlayan değerler ve ataerkil muhafazakâr yapıya karşı olma arasında oldukça güçlü bir nedensellik olduğunu göstermektedir. Diğer bir anlatımla, geleneksel toplumsal yapı girişimci, rekabet, paranoya düzeyinde güvensizlik, eril muhafazakâr değerlerle kuşatılan şiddeti bünyesinde çok rahat barındıramamaktadır.

Şekil 4: Toplumsal Yapı ile Kültürel Yapının Kadına Yönelik Şiddet Arasındaki İlişkiyi/Bağıntısallığı Kod-Alt Kod-Bölümler İle Anlatan Harita (#sendeanlat hashtagi ile atılan tweetten)



Şekil 5: Farklı Toplumsal Yapı ile Kültürel Yapının Toplumsal Cinsiyet Algısını Anlatan Görsel (#sendeanlat hashtagi ile atılan tweetten)



#Sendeanlat Hashtagi ile Atılan Toplumsal Yapı ile İlgili Tweetler
"Tesettürlü görür gizemli bulur, mini etekli görür yollu bulur, çocuk görür savunması bulur, O şrefsizler hep bi sebep bulur #sendeanlat"
"Diyarbakır'da okula giderken 13 yaşu305 ndaki erkek çocuğ F.S. , silah zoruyla tecavüze uğadıu287 ıda MİİETEKli miydi #sendeanlat"

Şekil 4 ve 5 ile toplumsal eril yapıyla atılan tweetlerde görüldüğü üzere; sapkın bir zihniyetin kadının dış görünüşü, kapalı-açık olmasıyla zerre kadar ilişkisi yoktur. Bağnaz ve sapkın zihniyetin sonucu olarak meydana gelen şiddetin (kadın ya da erkek/kız çocuk) önlenmesi için kadınları kapatmak yerine sapkın zihniyetin cezalandırılması sorunu kökten çözecektir.

4. SONUÇ

Türkiye'de toplumsal cinsiyet rollerine yönelik geleneksel tutumlar, neoliberal ekonomi/politik muhafazakârlıkla yakından ilişkilidir. Radikal sağ partilerin, kendini solda olarak tanımlayan partilerin, sivil toplum örgütlerinin ve hatta kadına yönelik şiddete hayır diyen pek çok kadın derneğinin pratiklerine bakıldığında, geleneksel kadınlık /erkeklik rollerini, aile/eğitim normlarını ve geleneksel cinsiyet normları destekleyen bir görünüm sergiledikleri ileri sürülebilir. Yapılan çalışmada da, neoliberalleşen toplumsal yapı ile kadına yönelik şiddeti olumsuzlayan değerler ve ataerkil muhafazakâr yapıya karşı olma arasında oldukça güçlü bir bağıntısallık olduğu görülmüştür. Diğer bir anlatımla, geleneksel toplumsal yapı girişimci, rekabet, paranoya düzeyinde zorunlu olarak güvensizlik, eril muhafazakâr değerlerle kuşatılan kadına yönelik şiddeti bünyesinde çok rahat barındıramamaktadır. Dinin kadının sosyal/kültürel, ekonomi/politik ve hukuki durumu üzerinde etkisini inceleyen bir analizden yararlanan Klingorova ve Havlicek de (2015) "dini pratik ile cinsiyet eşitsizliği arasında pozitif bir ilişki olduğunu; ağırlıklı olarak Hıristiyan ve Budist dinine mensup toplumlarda, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ortalama düzeylerde seyrettiğini ifade ederlerken; toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin, ağırlıklı olarak İslami ve Hindu dinlerine mensup toplumlarda en yüksek düzeyde olduğunu" saptamışlardır (Engin ve Pals 2018, s.11). Moghadam'ın (2003) 'neoataerkil devletler' tartışmasıyla uyumlu olarak, toplumsal cinsiyet eşitliği ekonomik/politik gelişmenin mekanik bir sonucu olarak gerçekleşmez. Bundan ziyade, Türkiye gibi neoataerkil devletlerde din, iktidara ve devlet otoritesine bağlıdır; dahası, bireyden ziyade aile, toplumun evrensel yapı taşını oluşturur " (Moghadam 2003, 11; akt., Engin ve Pals, 2018, s. 23). Bu nedenle ya ataerkil aile ve neoataerkil ekonomi/politik birbirini etkilemekte, "ya da yalnızca yasalar yoluyla değil, kadınların ve ailenin normatif görüşlerini" de belirlemektedir (Moghadam 2003, 130; akt., Engin ve Pals, 2018, s. 23). Engin ve Pals (2018) çalışmalarında Türk toplumunda dindarlığın ve muhafazakârlığın ataerkil tutumları artırdığını saptamışlardır.

Yapılan çalışmada da (toplumsal eril yapıyla atılan tweetlerde görüldüğü gibi), sapkın bir zihniyetin kadının dış görünüşüyle ve kapalı-açık olmasıyla zerre kadar bir ilişkisinin olmadığı, kısa şortlu ve askılı tişört giyen bir kadın rahatsız edilmezken; çarşaflı bir kadına yiyecek gibi bakılması bu açıklamaya verilecek en iyi örnektir. Bağnaz ve sapkın zihniyetin sonucu olarak meydana gelen şiddetin (kadın ya da erkek/kız çocuk) önlenmesi için kadınları kapatmak yerine sapkın zihniyetin cezalandırılması sorunu kökten çözecektir.

KAYNAKÇA

BANNERJİ, H. (2016), Patriarchy in the Era of Neoliberalism: The Case of India, 19 Nisan 2018 tarihinde http://www.jstor.org/stable/2489024. pdf adresinden alındı.

BOURDİEU, P. (2015). Eril Tahakküm, (Çev.) Yılmaz, B., İstanbul: Bağlam Yayınları.

CRESWELL, J. W. (2016), Nitel Araştırma Yöntemleri, (Çev.) Bütün, M., Demir, S. B. Ankara: Siyasal Kitabevi.

EİNSPANNER, M., DANG-ANH, M., THİMM, C., (2016), Twitter verilerinin bilgisayar destekli içerik analizi. (B. Çoban, Çev.) P. Cornelius, M. Mahrt, A. Burns, K. Weller, J. Burgess içinde, Twitter ve Toplum (s. 157-171). İstanbul: Kafka Yayınevi.

Engin, C.,Pals, H. (2018), Patriarchal attitudes in turkey 1990–2011: the ınfluence of religion and political conservatism, Social Politics, 0 (0), pp. 1-27.

GAMLİN, J. B., HAWKES, and S. J. (2018), Masculinities on the continuum of structural violence: the case of mexico's homicide epidemic, Social politics, 25 (1), pp. 50-71.

KANNA, A. (2010), Flexible citizenship: Neoliberal subjectivity in the emerging city-corporation, Cultural Anthropology, 25, pp. 100–129.

LEBLEBİCİ, D. N., AYDIN, D., KILIÇ, M. (2004), İçerik Analizi. Ankara: HÜ İİBF Yayını.

NEUMAN, W. L. (2006), Toplumsal Araştırma Yöntemleri. Sedef özge (Çev.). İstanbul: Yayın Odası.

Bayat Ekmeklerin Değerlendirilmesi: Kırklareli Mutfağı Örneği

Aykut PAJO[1] **Aykut AYBAŞ[2]**

[1]Kırklareli Üniversitesi / Pınarhisar Meslek Yüksek Okulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
aykut.pajo@klu.edu.tr
[2] Kırklareli Üniversitesi / Pınarhisar Meslek Yüksek Okulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
aykutaybas@klu.edu.tr

Özet: Ekmek dünyada olduğu gibi Türkiye'de de insanların beslenmesinde temel gıda maddelerinden biridir. Un, su, tuz ve mayadan üretilen ekmek özellikle dar gelirli insanların sofralarında günde üç öğün yer almaktadır. Dünyada insan nüfusu her geçen gün artmakta ve bu kadar insanın beslenmesine yetecek gıda bulmak zorlaşmaktadır. Üretim yapılan alanlar ve üretim miktarı sınırlıdır. Bayat ekmeklerin değerlendirilerek yemekler ile birlikte tüketilmesi ve israfın önlenmesi son derece önemlidir. Kırklareli Mutfağı'nda bayat ekmeklerin değerlendirildiği yemeklerin tespit edilip reçetelerinin oluşturulması amacıyla yapılmış olan bu çalışmada nitel yöntem kullanılmıştır. Görüşmeler Kırklareli il sınırları içerisinde bulunan 20 köyden toplam 40 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada öncelikle ekmek kavramı, ekmeğin temel bileşenleri, besin değerleri açıklanmış, ekmek israfı ve önleme yöntemlerine değinilmiştir. Sonrasında yüz yüze mülakat yöntemi ile elde edilen Kırklareli Mutfağına ait bayat ekmekleri değerlendirme yemeklerinin reçeteleri oluşturulmuş, ilgili yemeklerin reçetelerine sadık kalarak yapılmış ve fotoğraflandırılmıştır. Sonuç ve öneriler kısmında ise bayat ekmeklerin değerlendirilmesi için öneriler getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bayat Ekmek, Bayat Ekmeklerin Değerlendirilmesi, İsraf, Kırklareli Mutfağı, Kırklareli Yemekleri

Evaluation of Stale Bread: The case study of Kırklareli Cuisine

Abstract: Bread is one of the staple food for people in Turkey as well as worldwide. Bread made from flour, water, salt and sourdough, can be found especially at low-income people's tables three meals per day. In the world, the human population is increasing day by day and it is getting harder to find food to eat for many people. Production areas and production amount are limited. It is very important to consume stale bread with meals and prevent wastage. The qualitative method was used in this study which was carried out in Kırklareli to determine the meals that stale breads were used and to write their recipes. The interviews were held with 40 people from 20 villages located in the borders of Kırklareli. In this study, firstly, concept of bread, basic components of bread and nutritional values are explained then bread waste and prevention methods are mentioned. Afterwards, the recipes made from stale breads were obtained by face-to-face interviews in Kırklareli and the related meals were made faithfully to their recipes and were photographed.In the conclusion and recommendations, suggestions were made for the evaluation of stale breads.

Keywords: Stale Bread, Evaluation of Stale Bread, Waste, Kırklareli Cuisine, Kırklareli

1.Giriş

Ekmek dünya üzerinde pek çok insanın temel gıdası durumundadır. Temel bileşenleri un, su, tuz ve maya olan ekmeğin, beyaz ekmek, tam buğday, kepekli, çavdarlı vb. pek çok türü bulunmaktadır. Dünya üzerinde çeşitli ülkelerde yöresel özelliklere göre farklı şekillerde ve pişirme teknikleri ile pişirilen ekmeğin besleyici olması, kolay üretilmesi, ucuz olması Eski Mısırlılar zamanından beri ekmeğin bereketin sembolü olarak kutsal sayılması ve törenlerde sunulan yegane yiyecek olmasını sağlamıştır.

Dünyadaki insan nüfusu sürekli artmaktadır. Ekmek, sayısı 7 milyarın üzerinde olan insanı beslemek için iyi bir alternatif gıda maddesidir. Türkiye ekmek üretimi ve tüketimi açısından ilk sıralarda gelmektedir. Kişi başı ekmek tüketiminin 121 kg olduğu ülkemizde üretilen ekmeğin bir kısmı fırın raflarında ve satış noktalarında satılamadığı için, bir kısmı ise evlerde ihtiyaçtan fazla alınması ve değerlendirilememesi nedeniyle israf edilmektedir. Ülkemizde üretilip satılamayan ekmeklerin toplam ekmek üretimi içindeki payı %3.42'dir. Bu plansız üretim nedeni ile israf olan ekmeklerin bir kısmı çöpe gitmekte, bir kısmı ise hayvan yemi olarak kullanılmaktadır.

Bayat ekmeklerin değerlendirilmesi ve israf edilmemesi son derece önemli ve üzerinde durulması gereken bir konudur. Türk mutfağında bayat ekmeklerin değerlendirildiği pek çok yemek bulunmaktadır. Bu çalışmanın amacı eski yerleşim yerlerinden olan yöresel lezzetleri ile ülkemizin nadide kentlerinden biri olan Kırklareli Mutfağında yer alan bayat ekmeklerin değerlendirildiği yemeklerin keşfedilmesi, reçetelerinin oluşturulması ve bu yemeklerin yapılarak fotoğraflandırılmasıdır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden yüz yüze görüşme

tekniği kullanılmıştır. Görüşmeler Kırklareli'ne ait 20 köyden toplam 40 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler neticesinde Kırklareli Mutfağında bayat ekmeklerin değerlendirildiği;ayran doğraması, bayat ekmekli biber dolması, bayat ekmekli tarhana, süt paparası, tavuklu papara, yumurtalı ekmek olmak üzere 6 adet yemeğe ve reçetelerine ulaşılmıştır. Görüşmeler neticesinde elde edilen reçeteler uygulanmış ve yemekler fotoğraflanmıştır. Sonuç ve öneriler bölümünde bayat ekmeklerin saklama koşulları ve değerlendirilmesi ile ilgili önerilere yer verilmiştir.

Bayat ekmek ve değerlendirilmesi konusunda son 5 yıllık literatür incelendiğinde;ekmekte raf ömrünü uzatma stratejileri (Melini ve Melini, 2018), ekmek israfı ve önleme yöntemleri (Mete, 2017), bayat ekmeklerin İnstant tarhana çorbası üretiminde kullanımı (Öney, 2015), ekmek tüketimi ve israfı (Ertürk vd., 2015),Brezilya pazarında bulunan ekmek örneklerinin fiziko-kimyasal ve duyusal özellikleri (Ishida vd., 2014), fırıncılık ürünlerinin kalite ve raf kapasitesini etkileyen faktörler (Kwaśniewska-Karolak vd., 2014), emülgatör polisakkaritlerle tamamlanan ekmeğin hamurunun ve kalitesinin özellikleri (Hadnađev vd., 2014), ekmeklerin kalitesi, duyusal özellikleri ve ekmeğin raf ömrü (Bhise ve Kaur, 2014), mutfaktan çöpe ekmek: tüketim ve değerlendirme (Dökeloğku vd., 2014), Türkiye'de ekmek sanayi ve ekmek tüketim eğilimleri (Yurdatapan, 2014), bayat ekmeğin geri dönüşüm tekniklerinin deneysel analizi (Aktekeli, 2014) konulu çalışmalara rastlanmıştır. Ancak bayat ekmeklerin Kırklareli Mutfağı'ndaki değerlendirilmesi üzerine yapılmış herhangi çalışmaya rastlanmamıştır. Dolayısı ile bu çalışma özgündür.

2.Ekmek Kavramı

Ekmek; buğday unu, maya, tuz ve suyun karıştırılıp yoğrulması ile elde edilen hamurun belli bir süre fermente ettirilip pişirilmesi neticesinde elde edilen; nötr bir aromaya sahip, ucuz, kolay temin edilen, besleyici ve doyurucu özelliklere sahip bir gıda maddesidir (Kotancılar vd. 2010: 1995). Duyusal, fiziksel, kimyasal özellikler ve mikrobiyal flora ekmeğin niteliğini etkileyen faktörler arasında yer almaktadır (akt. Yiğit ve Doğan, 2010: 75).

2.1. Ekmeğin Tarihçesi

Ekmekçilik tarihi 8 bin yıl öncesine kadar uzanmaktadır.İnsanların Cilalı Taş Devrinde, bazı bitkisel mahsulleri ezip su ile karıştırmak suretiyle elde ettikleri hamuru, ateşte kızdırdıkları kayalar üstünde veya kül içinde pişirmek suretiyle elde ettikleri ekmek benzeri yiyecekleri yedikleri bilinmektedir.Ekmekçilik kavramı ilk olarak Mısır'da gelişim göstermiş ve ondan sonra Yunanistan'a ve son olarakta Avrupa ülkelerine ulaşmıştır. Mayalı ekmek ise Eski Mısırlılar tarafından M.Ö. 1800'lü yıllarda bulunmuştur (Akgün, 2007: 4). Ekmek yapımını ve püf noktalarını Mısırlılardan gören Romalılar ekmek ve ekmekçilik ile ilgili alanda gelişim göstermiş ve bu bağlamda ticari olan fırınlar açmışlardır. XV yy.' da Avrupa'da beyaz ekmek üretimi başlamıştır. Ekmek Selçuklular zamanında Anadolu coğrafyasında kurulan sofralarda hem ana yemeğin yanında tüketilmiş, hem de bizzat yemeğin kendisini oluşturmuştur (Özgüdenli ve Uzunağaç, 2014: 44). Mayanın keşfinden sonra, XIX yy.'da ekmeğin ticari üretimi daha da yaygınlaşmıştır. İstanbul'un fetheden sonra Fatih Sultan Mehmet'in görevlendirdiği Hızır Bey Çelebi ilk icraat olarak hijyen konusuna ve hamura hile yapılıp yapılmamasına önem vermiş ve bu yönde çok sıkı denetimler gerçekleştirmiştir. Türkiye'nin farklı bölgelerinde tandır ekmeği, yufka, tava ekmeği, somun, asker tayını ve peksimet vb. isimlerle ekmek üretilmektedir (Yurdatapan, 2014: 12-14).

2.2.Önemi

Mondal ve Datta (2008)'e göre, Ekmek insanların tarım ve hayvancılıkla uğraştığı dönemden bu yana tükettiği en önemli besindir. Eski Mısır'lıların yaşadığı dönemde ekmek ile tahıl insan hayatındaki her evrede hemen hemen tüm törenlerde kullanılan en önemli besin maddesiydi. Emek refaha ve ekonomik hayata katkısı çok büyükolan nimet olarak görülmekteydi (Kalkışım vd, 2012:4). Fırıncılık mesleği ortaçağ İslam Dünyası'nda büyük öneme sahipti (Özgüdenli ve Uzunağaç, 2014: 44). Yiğit ve Doğan (2010)'a göre ekmek diğer gıda ürünlerine göre kolay ulaşılabilmesi ve fiyatının ucuz olması aynı zamanda besleyici ve doyurucu olması gibi sebeplerden dolayı vazgeçilmez bir gıda maddesidir.

Topraklarımızın büyük bölümünde buğday ekilmesinden dolayı ülkemizin çoğu bölgesinde temel besin maddesi buğday ekmeğidir (Paşa, 2010: 1). Türkiye'debuğday ekmeğine ilgi oldukça yoğundur (Erdemir, 2015: 1). Ülkemizde kişi başına tüketilen enerjinin %66'sı tahıllardan, bununda %56'lık bölümü ekmekten, proteinin ise %50'si yine ekmekten sağlanmaktadır (Akgün, 2007: 1). Ekmek ulusal ve bölgesel geleneklere bağlı olarak çeşitlilik arz etmektedir. Ekmek satışı Türkiye, Yunanistan ve İtalya'da daha çok pastane ve fırınlarda

yapılmaktadır. Hollanda ve İngiltere'de dilimlenmiş ve paketlenmiş ekmek üretimi endüstriyel fırınlarda yapılmaktadır (Melini ve Melini, 2018: 1). Ekmek pek çok ülkede yaygın şekilde üretilmekte ve tüketilmektedir. Örneğin; Sırbistan'da kişi başına buğday ekmeği üretimi ve tüketimi diğer Avrupa ülkelerinden fazladır (Hadnadev vd., 2014: 99).

Kalkışım vd. (2012)'ye göre dünyanın farklı yerlerinde, farklı maddeler kullanılarak ve farklı şekillerde pişirilmesine rağmen ekmek hem ucuz, hem kolay ulaşılabilir olması nedeni ile tüm insanlar için temel besin kaynağı durumundadır. 100 gr. beyaz ekmekte; 31,8 gr. nem, 9,1 gr. protein, 276 kalori enerji, 56,5 gr karbonhidrat, 0,2 gr posa, 7 mg. kalsiyum, 0,7 mg. demir bulunmaktadır. 100 gr. tam buğday ekmekte; 34 gr nem, 9,1 gr. protein, 243 gr. kalori, 53,1 gr. karbonhidrat, 1,1 gr. posa 84 mg. kalsiyum, 2,4 mg. demir bulunmaktadır (Kalkışım vd., 2012; Samur, 2008). Dolayısı ile beyaz ekmeğin mineral, posa değerleri tam buğday ekmekten daha düşüktür.

2.3.Ekmek Üretiminde Kullanılan Temel Bileşenler

Geleneksel ekmek yapımıuygun oranlarda un,mayalama maddesi, su ve tuz kullanımı ile yapılmaktadır (Kwaśnıewska-Karolak, vd. 2014: 1). Ekmek temelde dört temel bileşenden yapılmaktadır. Bunlar:

Un: Ekmek yapımında kullanılacak unlar 1 ay dinlendirilmek suretiyle olgunlaştırılmalıdır. Bu sayede fazla su kaldırması, yüksek kalitede ekmek üretimi sağlanmış olur (Baiano ve Terracone, 2011: 180).

Tuz: Sofra tuzu kullanılabilir. Hamur içerisinde topak olmaması için bir miktar suda eritilerek hamura karıştırılması uygun olur.

Su: İnsan içimine uygun hijyenik sular tercih edilmelidir.

Maya: Gül (2007)'ye göre günümüzde üretilen ekmeğin niteliği pek çok değişkene bağlı olarak farklılık göstermektedir. Maya buğday unu ve su ile üretilen hamura kabarması için kullanılmaktadır. Günümüz ekmek üretiminde mayalama gayesiyle ticari olarak üretilen kuru yada yaş ekmek mayası yaygın şekilde kullanılmaktadır.

3.Ekmekte Bayatlama, İsraf ve Değerlendirme

3.1.Ekmekte Bayatlama Süreci ve Geciktirilmesi

Türkiye'de ekmek günlük olarak üretilip, dağıtılmakta ve tüketilmektedir. Ülkemizdeki taze ekmek tüketim alışkanlığı ekmeğin muhafaza edilmesi ile ilgili sorunu da beraberinde getirmektedir (Akgün, 2007: 4). Chinachoti (2003)'e göre çok fazla tüketilmesi, pek çok insan için temel gıda maddesi olması toplamda oldukça yüksek ekonomik değer taşıması nedeni ile ekmeğin bayatlamasının geciktirilmesi çoğu araştırmacının ilgisini çekmiştir. Ekmekte bayatlama 4 gün beklediğinde söz konusu olmaktadır (Mete, 2017: 6). Ekmeğin bayatlaması, besin değeri ve bileşime etki etmese de ekmeğin tüketilmesini negatif olarak etkilemektedir (Sungur, 2018: 42).

Bayatlama sürecinde; koku ve tat değişimi, serlikte artma, ekmek kabuğunda parlaklık azalması, ekmek içinde ufalanma artışı, su bağlama kapasitesinde azalma, nişastanın amilaz enzimine olan duyarlılığında azalma, ekmek içinde çözünmüş nişasta miktarında azalma oluşmaktadır (Selçuk, vd. 2018: 32). Ekmekte bayatlama fırından çıktığı anda başlamaktadır. Bayatlamada iki ana faktör önemlidir; ilki kuruma veya nem kaybı, ikincisi nişastanın yapısında oluşan kimyasal değişimlerdir. Ekmeğin kısa süre saklanması için oda sıcaklığı uygun iken, uzun süre için derin dondurucu uygundur. Ekmekteki bayatlamanın yavaşlamasını sağlayan teknikler şu şekilde sıralanabilir (Kalkışım, 2012: 43):

*Ekmeğin hava ile temasının kesilmesi,

*Ekmeğin yapımında yağ ve şeker kullanılması,

*Ekmeğin derin dondurucuda (-18 ^{0}C) saklanması.

3.2.Ekmek İsrafının Önlenmesi ve Ekmeklerin Değerlendirmesi

Ekmek israfı, ekmeğin herhangi sebep dolayısı ile tüketilememesi halinde kullanılır (Mete, 2017: 1). Tüm dünyada gıda israfını önlemek ve kaynakların daha etkin şekilde değerlendirilmesini sağlamak adına yapılan

çalışmalar giderek artmaktadır. Birleşmiş Milletlere ve Dünya Bankasına bağlı kurumların raporlarında yer aldığı üzere gıda israfı giderek artmakta ve tehlikeli boyutlara ulaşmaktadır. Dönemin hükümeti tarafından Türkiye'deki ekmek israfını önleme adına halkın bilinçlendirilmesi amaçlı, 17 Ocak 2013'de başlatmış olduğu kampanya önemli adımlardan biridir (Dölekoğlu, vd., 2014: 3). Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın ilgili kuruluşu Toprak Mahsulleri ofisinin yapmış olduğu bir araştırmaya göre Türkiye'de bir günde 6 milyon, yılda ise 2,1 milyar ekmek israf edilmektedir (Erdoğan, 2013). Ankara Halk Ekmek Fabrikası'nda ekmek israfının önlenmesi amacı ile iadesiz satış uygulamasına geçilmiş, bu sayede günlük üretilen ekmek sayısı 1.300.000'den 650.000'e düşmüştür. Tam buğday ekmek üretimi ile %35 tasarruf sağlanıp 5.000.000 ton buğdayın israf edilmesinin önüne geçilebilecektir (İlkbahar, 2018). Fırınlarda üretilen ekmeklerin % 1,7'si fırın raflarında, % 1,72'si satış noktasında satılmamaktadır. Satılamayan ekmeklerin %1,98'i çöpe atılmaktadır. İsrafı azaltmak için şunlar yapılabilir (Kuter, 2011:16-18):

* Üretimin talep dikkate alınarak yapılması.

* Raf ömrü uzun olan nitelikli ekmek üretiminin yapılması.

* Ekmeğin fırında ve satış noktasında uygun koşullarda muhafaza edilmesi.

* Ekmeğin poşet içerisine satılması.

* Ekmeğinküçük gramajlarda üretilerek satılması.

* Hastane, ordu, okullar gibi toplu yemek yenen yerlerde, ekmeğin dilimlenerek verilmesi.

* Self servis hizmet verilen yerlerde; ekmeğin büfenin son kısmına konulması.

* Toplu yemek yenen yerlerde, mönü içeriğidikkatealınarak ekmek siparişi verilmesi, artan ekmeklerin uygun şartlarda saklanarak daha sonraki günlerde değerlendirilmesini sağlayacak mönü oluşturulması.

* Fırınlarda ve satış noktalarında satılmayıp geri iade edilen ekmeklerin kurutulmuş ekmek içi, galeta unuvb.şekilde gıda maddelerinin üretiminde kullanılması.

* Ekmeğin fırınlarda pişirilmesi ile satışı arasındaki sürenin minimuma indirilmesi.

* Orta derecede bayatlamış olan ekmeklerin düşük fiyattan satışının yapılması.

* Tüketicinin, sıcak olmayan ekmeği bayatlamış ekmek olarak algılamasının önüne geçilmesi.

* Evlere ihtiyaç duyulandan fazla ekmek alınmaması.

* Evlerde aynı gün tüketilmeyecek ekmeğin tamamı veya bir bölümünün derin dondurucuda saklanması.

* Ev hanımlarının bayatlamış ekmeğin değerlendirilmesi konusunda bilinç yaratılması ve bu konuda teşvik edilmesi.

* Bayat ekmeklerin değerlendirilmesi konusunda çalışmalar yapılması ve yeni reçeteler oluşturulması.

* Fırıncılık sektörü çalışanlarının eğitim düzeylerinin arttırılması, lezzetli ve standartlara uygun ekmek üretimin sağlanması (Mete, 2017: 8).

* Standartlara uygun tuz, su, un, maya kullanımı ile ekmek kalitesinde artış sağlanması (Mete, 2017: 8).

* Ekmek kalitesinin ve raf ömrünün uzatılabilmesi için ekşi maya ve laktik starter kullanılmalıdır (Akgün, 2007: 2).

4.Yöntem ve Bulgular

Bu çalışmada nitel yöntemlerden yüz yüze görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmaya ait ikincil veriler CD., broşür, dergi, kitap ve internet taraması vb. sonucu elde edilmiştir (Altunışık vd., 2012: 74-76). Çalışmanın amacı Kırklareli Mutfağı'nda bayat ekmeklerin değerlendirildiği yemeklerin tespit edilip reçetelendirilmesidir. Çalışma Kırklareli Mutfağı üzerine olması sebebi ile araştırma Kırklareli'ne bağlı köyler dahil edilmiştir. Zaman ve maliyet sınırlılıkları nedeniyle Ek 1'de yer alan 20 adet köyden ve toplam 40 katılımcı ile görüşülmüştür. Görüşme esnasında katılımcılara önceden hazırlananyarı yapılandırılmış görüşme formunda (Ek 2) yer alan açık uçlu sorular sorulmuş ve soru sayısının az alması, kişi sayısı 40 ile sınırlı olması nedeni ile görüşmelerde ses kaydı alınmasına gerek duyulmamıştır (Bal, 2016: 162-164). Kırklareli Mutfağı'nın genel özellikleri şu şekildedir:

Kırklareli, Marmara Bölgesinde, Yıldız Dağları ve Ergene Ovası üzerinde yer alan ve bulunan bir ilimizdir. Bölgede karasal iklim hakim olmakla birlikte kışlar yağışlı ve sert, yazlar ise sıcak ve kurak geçmektedir. Kırklareli halkı Pomak, Arnavut, Gacal, Boşnak ve Muhacırlardan oluşmaktadır. Halkın geçim kaynağı hayvancılık ve tarıma dayalıdır. Karadeniz'e kıyısı olan İğneada ve Demirköy'de tarım ve hayvancılığın yanı sıra balıkçılık ve ormancılık ta yapılmaktadır. Başlıca tarım ürünleri; buğday, ayçiçeği, mısır, şeker pancarıdır.

Kırklareli ili hayvancılık ve buna paralel gelişen süt ürünleri ile tanınmaktadır. Yörede çok sayıda küçük çaplı yerel üreticiler tarafından; süt ürünleri (beyaz peynir çeşitleri ve eski kaşar) üretimi yapılmaktadır. Hayvancılığın yaygın olarak yapıldığı bölgede yerel işletmelerde et ürünleri üretimi yapılmaktadır. Kırklareli köftesi lezzeti ile adından sıkça söz ettirmektedir. Bölge bağcılık için uygun şartlara sahip olması sebebiyle üzüm yetiştiriciliği yaygın olarak yapılmaktadır. Yerel işletmelerde şarap ve alkolsüz bir içecek olan hardaliye üretimi deyapılmaktadır. Kırklareli'ne özgü bir içecek olan Hardaliye üzüm suyu ve hardal tohumu ve vişne yapraklarının belli işlemlerden geçmesi sonucu elde edilen bir içecektir. Bölgede Kiraz üretimi de yapılmakta ve her yıl kiraz festivali düzenlenmektedir. Son yıllarda çilek yetiştiren çiftçilerin sayısında gözle görülür bir artış gözlenmektedir. Kırklareli ili Müslüman, Hıristiyan ve Musevi toplumlarının çok uzun yıllardır barış içerisinde bir arada yaşadığı bir kenttir. Farklı etnik kültürler Kırklareli mutfağına da yansımış ve küçük bir coğrafyada çok çeşitli ve lezzetli yiyecek ve içeceklerin yer aldığı mutfak kültürünün oluşmasına imkan sağlamıştır.

Sabah kahvaltılarında; özellikle domates, biber, peynir ürünleri ve hazırlanan kahvaltılıklar dışında özellikle belli bir yaşın üstündeki kişilerin ağırlıklı olarak çorba tüketimi geçekleştirdiği görülmektedir. Tüketilen çorbaların başında tarhana ve süt paparası gelmektedir.

Öğlen ve akşam yemeklerinde kuru bakliyat ürünleri, sebze yemekleri, et yemekleri ve hamur işi ürünler tüketilmektedir. Bu ürünlere; sini mantısı, tas kebabı, höşmerim, kaçamak, kuzu kapama, pırasa yemeği ve taze fasulye yemekleri örnek gösterilebilir.

Kış hazırlıklarına tarhana, erişte (ev makarnası), kuskus, lahana, salatalık turşusu, yağlı turşu örnek gösterilebilir.

Geçiş dönemlerinde diş buğdayı, doğum, sünnet, asker uğurlamalarında yöreye göre farklılıklar olmakla birlikte diş buğdayı ikram edilmekte, yeni diş çıkaran çocuğa tay tay çöreği veya ilk adım çöreği yapılmaktadır. Ölülerin ardından düzenlenen mevlitlerde dualar okunur ve duaya katılanlara sade pirinç pilavı veya dana etli pirinç pilavı, ayran, irmik veya un helvası ikram edilir. Lohusa döneminde ziyarete gidildiğinde misafirlere loğusa şerbeti ikram edilir.

Kurban bayramlarında kesilen kurbanlar köy muhtarı eşliğinde köy halkı meydanda toplanır. Toplu olarak yemekler yapılır. Tüm köy halkına dağıtılarak dualar eşliğinde insanların birbiri ile yardımlaşması ve kaynaşması sağlanır.

Kırklareli Mutfağı'nda yemekler genellikle doğrudan peçka (soba) ateşi üzerinde pişirilir. Peçkada pişirilen yemekler odun ateşi ile uzun sürede pişmesi sebebi ile daha lezzetli olmaktadır. Yemekler genellikle sofra bezi üzerine konulan sini (tepsi) üzerine konur, tüm aile bireyleri sini etrafına toplanır ve ailedeki en yaşlı kişi gelmeden yemeğe başlanmaz. Ailenin babası ekmeği pay eder ve tüm aile bireylerine dağıtır. Yemeğe besmele çekmeden başlanmaz. Tüm ailenin birlikte yemek yemesi esastır. Zorunlu olmadıkça sofra her öğünde bir kez kurulur. Her birey yiyeceği kadar yemek ve ekmek alır. Tabakta yemek bırakmak, yemek sırasında konuşmak hoş karşılanmaz. Zorunlu haller dışında herkesin tabağındaki yemeği bitirmesi ve israf etmemesi önemli geleneklerden biridir.

Kırklareli Mutfağı'nda bayat ekmeklerin değerlendirilmesi ile ilgili görüşmeye katılanlar; ekmeği günlük olarak fırından almakta veya kendileri yapmaktadır. Ekmeği uzun süre saklamayıp genelde 3 gün içerisinde tüketmektedirler. Ekmeğin bayatlamasını küflenme ve kokusundan tespit etmektedirler. Ekmeği daha çok beze sararak muhafaza etmektedirler. Ekmeği derin dondurucuda saklamamaktadırlar. Ekmeği israf etmemekte ve değerlendirmektedirler. Ekmek israf edildiğinde evin bereketinin kaçacağına inanmaktadırlar.

Tablo 1. Kırklareli Mutfağı'nda Bayat Ekmeklerin Değerlendirilmesi Konusunda Kırklareli'ne Bağlı Köylerde Yapılan Görüşme Sorulan ve Elde Edilen Cevaplar

Soru 1: Ekmeği nasıl saklıyorsunuz?
Cevap 1 : 32 kişi ekmeği beze sararak veya üzerine bez örterek; 8 kişi bakkal poşetinde saklıyor.
Soru 2 : Ekmeği taze olarak mı? Yoksa bayat olarak mı tüketiyorsunuz? Neden?
Cevap 2: 40 kişinin tamamı ekmeği taze tüketmeyi tercih ediyor. Taze ekmeğin daha lezzetli olduğunu düşünüyor.

Soru 3: Ekmeği kaç gün içerisinde tüketiyorsunuz? Neden?
Cevap 3: 40 kişi bakkaldan alınanları aynı gün tüketiliyor. Evde yapılan ekmekler 2-3 gün arasında tüketiliyor. Ekmek her öğünde yenildiği için çabuk tükeniyor.
Soru 4: Ekmeğin bayatladığını nasıl anlıyorsunuz?
Cevap 4: 38 kişi ekmeğin kokusunun değişmesinden ve küflenmesinden, 2 kişi ise küflenmesinden anlıyor.
Soru 5: Bayat ekmek ve değerlendirilmesi konusunda bilgilendirildiniz mi?
Cevap 5: 40 kişinin hiç biri herhangi bir eğitim almamış, sadece büyüklerinden gördüğü kadarı ile bilgi sahibi olduğunu ifade etmiştir.
Soru 6: Bayat ekmekleri nasıl değerlendiriyorsunuz? Ekmek israf ediliyor mu?
Cevap 6 : 40 kişinin tamamı ekmek israf etmenin günah olduğuna inanıyor. Genelde bakkaldan alınan ekmeklerin aynı gün tüketiliyor bu sebeple bayatlama ve israf olmuyor. Evde yapılan ekmekler ise 2-3 gün arası tüketildiği için israf yaşanmıyor. 2 günlük ev yapımı ekmekler ise çorbalara doğranıyor, peçkada kızartılıyor, ayran veya süte doğranıp tüketiliyor.
Soru 7: Bayat ekmekle hazırladığınız yemekler hangileridir? Nasıl hazırlıyorsunuz?
Cevap 7: 20 kişi; bayat ekmekli tarhana, ayran doğraması, süt paparası, bayat ekmekli tarhana, yumurtalı ekmek 9 kişi; bayat ekmekli tarhana, ayran doğraması, süt paparası, bayat ekmekli tarhana, yumurtalı ekmek, bayat ekmekli biber dolması, 11 kişi; bayat ekmekli tarhana, ayran doğraması, süt paparası, bayat ekmekli tarhana, yumurtalı ekmek, bayat ekmekli biber dolması, tavuklu papara

Görüşmelerde katılımcılara yöneltilen sorular ve elde edilen cevaplar tablo 1'de yer almaktadır. Katılımcılara yöneltilen ekmeği nasıl saklıyorsunuz sorusuna, 32 kişi beze sararak veya üzerine bez örterek 8 kişi kişi ise bakkaldan alınan poşet ile saklıyorum cevabını vermişlerdir. Ekmeğinizi taze mi yoksa bayat olarak mı? tüketiyorsunuz sorusuna görüşmeye katılan tüm katılımcılar daha lezzetli olması sebebi ile taze tüketimi tercih ediyoruz şeklinde cevap vermişlerdir. Ekmeği kaç günde tüketiyorsunuz sorusuna karşılık katılımcıların tamamı bakkaldan veya fırından aldıkları ekmeği aynı gün, evde yaptıkları ekmeği ise 2-3 gün içerisinde tükettiklerini, ekmeğin her öğünde yenilmesi sebebi ile genelde bayatlamadan tüketildiğini belirtmişlerdir. Ekmeğin bayatladığını nasıl anlıyorsunuz sorusuna 38 kişi ekmeğin kokusunun değişmesinden ve küflenmesinden, 2 kişi ise küflenmesinden anlıyorum cevabını vermiştir. Bayat ekmeklerin değerlendirilmesi konusunda eğitim aldınız mı? size her herhangi bir kurumdan bilgi verildi mi? sorusuna 40 kişinin tamamı herhangi bir eğitim almadıklarını, sadece büyüklerinden gördükleri kadarı ile bilgi sahibi olduklarını ifade etmişlerdir. Bayat ekmekleri nasıl değerlendiriyorsunuz? Ekmeği israf ettiğiniz oluyor mu? sorusuna 40 kişinin tamamı bakkaldan alınan ekmeklerin aynı gün tüketiyoruz.Bu sebeple bayatlama ve israf olmuyor. Evde yapılan ekmekler ise 2-3 gün arası tüketildiği için küflenme olmadığı için israf yaşanmıyor cevabını vermiştir. 2 günden fazla bekleyen ev yapımı ekmeklerin, daha çorbalara doğranarak, peçkada kızartılarak, ayran veya süte doğranarak tüketildiği ifade edilmiştir. Bayat ekmekleri kullanarak hazırladığınız yemekler hangileridir sorusuna; 20 kişi; bayat ekmekli tarhana, ayran doğraması, süt paparası, bayat ekmekli tarhana, yumurtalı ekmek; 9 kişi; bayat ekmekli tarhana, ayran doğraması, süt paparası, bayat ekmekli tarhana, yumurtalı ekmek, bayat ekmekli biber dolması; 11 kişi ise; bayat ekmekli tarhana, ayran doğraması, süt paparası, bayat ekmekli tarhana, yumurtalı ekmek, bayat ekmekli biber dolması, tavuklu papara cevabını vermiştir. Yemeklere ait reçeteler şu şekildedir:

Ayran Doğraması
Malzemeler
* 4 dilim bayat ekmek
* Yarım kilo yoğurt
* 2 Su bardağı su
* 2 Orta boy kuru soğan veya taze soğan
* 1 Tatlı kaşığı nane
* Yarım tatlı kaşığı tuz



Yapılışı: Öncelikle bayat ekmekler küp şeklinde doğranır ve 180 °C de ortalama 15-20 dakika pişirilir. Pişirme işlemi bittikten sonra ekmekler soğuması için ayrı bir yerde bekletilir. Derin bir kase içine yoğurt, su ve tuz ilave edilerek iyice karıştırılır ve ayran elde edilir. Daha sonra elde edilen ayranın üstüne hazırlanan bayat ekmekler ilave edilir. Ayrı bir yerde taze soğan veya kuru soğandan bir tanesi isteğe bağlı olarak ince ince doğranır ve

hazırlanan bayat ekmekli ve ayranlı karışımın üstüne eklenir. Daha sonra yemeğin üzerine en son nane serpilerek yemek hazır hale gelir.

Not: Genellikle yaz aylarında tercih edilen ayran doğramasına eklenen taze nanenin ferahlatıcı etkisi bulunmaktadır. Taze nane bulunamadığı zaman kuru nane tercih edilebilir. İsteğe bağlı olarak taze nane ile birlikte kekikte kullanılabilir.

Bayat Ekmekli Biber Dolması



Malzemeler:

* 5 Dilim bayat ekmek
* Yarım kilo kırmızı biber
* Yarım kilo yeşil biber
* Kızarma için sıvı yağ
* 1 Dal maydanoz
* 250 gr Ekşimik (lor peyniri)
* 1 Çay kaşığı pul biber
*1 Çay kaşığı kekik
* 1 Tatlı kaşığı tuz
* 150 gr Tereyağı

Yapılışı: Bayat ekmekler küçük boyutta olacak şeklide küp şeklinde doğranır. Tavada tereyağı eritilir ve içine doğranmış olan ekmekler ilave edilerek beş dakika sotelenir. Daha sonra maydanozlar doğranır. Ekşimik, tuz ve baharatlar ilave edilerek karıştırılır. Ayrı bir tavada tereyağı eritilir. Hazırlanmış olan baharatlı ekşimik tavaya ilave edilerek beş dakika pişirilir ve son olarak bayat ekmekler ilave edilerek karıştırılır. Bu şekilde iç harcı hazırlanmış olur. Ayrı bir tavada biberler kızgın yağda çok fazla kızartılmadan ters düz edilerek pişirilir ve soğumaya bırakılır. Soğuduktan sonra biberlerin içine hazırlanan iç harç doldurulur ve servise hazır hale getirilir.

Not: Biberler bol kızgın yağda pişirilebileceği gibi fırında da pişirilebilir. Ayrıca isteğe göre farklı baharatlar ilave edilebilir ve servis edilirken sarımsaklı yoğurtta kullanılabilir.

Bayat Ekmekli Tarhana Çorbası



Malzemeler:

* 4 Yemek kaşığı toz tarhana
* 1 çorba kaşığı tereyağı
* 5 su bardağı soğuk su
* Bayat ekmek
* 200 gr ekşimik veya peynir
* 1 çorba kaşığı salça (isteğe bağlı)
* 1 Yemek kaşığı tereyağı
* 3 çorba kaşığı sıvı yağ

Yapılışı: Tencerede sıvı yağ ile birlikte toz tarhana 5. dakika kavrulur. Ardından salça (isteğe bağlı) ilave edilir ve tekrar kavurma işlemine davam edilir. Daha sonra soğuk su ilave edilerek sürekli karıştırılır ve dibinin tutması engellenir. Çorba kıvamı oluşana kadar pişirme işlemi devam eder. Ayrı bir tavada tereyağı eritilir ve küp küp doğranıp fırınlanmış olan ekmekler kızarana kadar kavrulur. Kavurma işlemi bittikten sonra tarhana çorbasının üstüne eklenen ekmekler ile servis yapılır. Ayrıca isteğe bağlı olarak lor peyniri de servis esnasında kullanılabilir.

Not: Tarhana çorbasını yaparken daha koyu bir renkte elde etmek için salça kullanılabilir. Hazırlanan bayat ekmekler çorbanın üstünde servis edilebileceği gibi istenildiğinde çorbanın yanında ayrı olarakta getirilebilir. Aynı şekilde lor peyniri de hem çorbanın içinde hemde yanında getirilerek servis edilebilir. Lor peynirinin yerine yöreye ait farklı peynir çeşitleri de (kırıntı peynir, paçal peynir vb.) kullanılabilir.

Süt Paparası



Malzemeler:

* 4 Dilim bayat ekmek
* Yarım litre süt
* 2 Çorbakaşığı toz şeker
* İsteğe bağlı tuzsuz peynir

Yapılışı: Ekmekler istenilen şeklide doğranır ve üzerine toz şeker ilave edilir. Daha sonra süt ısıtılır ve çok sıcak olmayacak şekilde ekmeklerin üzerine ilave edilir. Son olarak isteğe bağlı tuzsuz peynir ilave edilerek servise hazır hale getirilir.

Not: Süt paparasında tuzsuz peynir yerine bal veya reçel çeşitleri de kullanılabilir. Ayrıca hem tatlı olarak hem tuzlu olarak farklı şekillerde papara hazırlanabilir. Tuzlu olarak yapılmak istendiğinde süt yerine salçalı, soğanlı, biberli ve kıymalı bir karışım hazırlanır ve yoğurtla servis edilebilir.

Tavuklu Papara

Malzemeler:



* Bayat ekmek 6 dilim
* 1 Adet tavuk göğsü
* 5 Adet yeşil biber
* 2 Adet orta boy soğan
* 2 Su bardağı et suyu
* 2 Yemek kaşığı salça
* 50 gr Sıvı yağ
* 2 Diş sarımsak
* 500 gr Yoğurt
* Bir tutam maydanoz

Yapılışı: Tavuk göğsü suda haşlanıp soğuduktan sonra didilir. Ayrı bir tavada sıvı yağ kızdırılır ve sırasıyla soğan, biber ve salça ilave edilir.Bu şekilde sotelendikten sonra içine et suyu ilave edilir ve karışım kıvam alana kadar pişirilir. Ayrı bir yerde yoğurt, sarımsak ve tuz ilave edilerek sos hazırlanır. Daha sonra sırasıyla önce bayat ekmekler servis tabağına alınır daha sonra hazırlanan et suyu ilave edilir ve ekmeklerin yumuşaması sağlanır. Son olarakta hazırlanan sarımsaklı yoğurt ilave edilir ve didilmiş tavuklar ve kıyılmış maydanoz ile süslenerek servise hazır hale gelir.

Not: Yazın sıcak havalarda et suyu yerine normal su ilave edilerek bu yemek hazırlanabilir. Ayrıca bayat ekmekle yapılan bu yemekte tavuk yerine kıyma da kullanılabilir. İsteğe bağlı olarak en son naneli ve biberli yağda kavrulup dökülebilir.

Yumurtalı Ekmek

Malzemeler:



* 6 Dilim bayat ekmek
* 3 Adet yumurta
* 1 Su bardağı süt
* 1 Tatlı kaşığı karbonat
* 1 Paket kabartma tozu
* 50 gr Sıvı yağ
* Maydanoz
* Kahvaltılık domates, biber
* 100 gr rendelenmiş kaşar peyniri

Yapılışı: Bir kase içine yumurta, süt, kabartma tozu ve rendelenmiş kaşar peyniri ilave edilir ve iyice karıştırılır. Daha sonra bayat ekmeklerin hem alt hem de üst tarafı bu hazırlanan karışıma batırılarak karışımın ekmekleri iyice çekmesi sağlanır. Ayrı bir tavaya sıvı yağ eklenir ve yağ ısındıktan sonra hazırlanan ekmekler her iki tarafı eşit olarak pişecek şekilde kızartılır. Kızarma işlemi bittikten sonra servis tabağına alınan yumurtalı ekmekler domates veya biber ile birlikte servis edilir.

Not: Yumurtalı ekmek Trakya'da genellikle sabah kahvaltılarında tercih dilen bir üründür. Servis esnasında yumurtalı ekmeğin yanında domates, biber ve isteğe bağlı olarak peynir çeşitleri de kullanılabilir.

5.Sonuç ve Öneriler

Un, su, tuz ve maya karışımından elde edilen ekmek çok eski dönemlerden beri insanlar için temel besin maddesi olmuş ve kutsal sayılmıştır. Günümüzde ekmek başta dar gelirliler olmak üzere insanların temel besin maddesi olmaya devam etmektedir. Bunun nedeni kolay yapılabilmesi, ucuz olması, doyurucu ve besin değerinin yüksek olmasıdır. Üretim yerleri genelde fırınlar, pastaneler olan Türkiye'deki ekmek tüketimi kişibaşına yıllık 121 kg.'dır ve üretilen her 20 ekmeğin 1 tanesi tüketilmeyip israf edilmektedir.

Kırklareli Mutfağı yöresel yemek çeşitleri lezzeti ve çeşitliliği ile dikkat çekmektedir. Kırklareli Mutfağı'nda bayat ekmeklerin değerlendirildiği 6 adet yemek tespit edilmiştir. Bu yemekler ayran doğraması, bayat ekmekli biber dolması, bayat ekmekli tarhana, süt paparası, tavuklu papara, yumurtalı ekmektir. Katılımcılar ekmeği beze sararak saklamakta ve 3 gün içerisinde tüketmektedirler. Bayat ekmeğin değerlendirilmesi veya ekmek saklanması konusunda her hangi bir eğitimleri bulunmamaktadır. Ekmeğin bayatladığını küflenmesinden ve kokusundan tespit etmektedirler. Ekmeğin israf edilmemesi noktasında son derece hassas davranmaktadırlar. Ekmeğin çöp atılmasının evin bereketini kaçıracağına inanmaktadırlar. Ekmeğin bayatlamasını geciktirmek ve bilinçli bir şekilde tüketilmesi için şunlar yapılabilir:

* Yapımında doğal katkı maddeleri kullanılmak suretiyleekmeğin raf ömrünü uzatılabilir.

* Ekmek yapımı, tüketimi ve saklanması konularında tüm tüketicilere eğitim verilebilir.

* Ekmek yapımı, tüketimi ve saklanması ile ilgili broşür hazırlanıp dağıtılabilir.

* Bayat ekmek değerlendirilmesi ile ilgili olarak yapılan çalışmalar arttırılmalıdır.

* Bayat ekmek değerlendirilmesi ile ilgili olarak her yörenin kendi şartlarına uygun yemeklerden oluşan yemek tarifleri kitapları hazırlanabilir.

* Toplu yemek tüketim yerlerinde dilimlenmiş ekmek kullanılmak suretiyle insanların fazla ekmek tüketmesi engellenebilir.

Kırklareli'nde et ve süt üretimi yapılmaktadır. Dolayısı ile bayat ekmeklerin değerlendirilebileceği yemek çeşitleri arttırılabilir. Örnek olarak bayat ekmekleri;

* Hindi, tavuk, kuzu ve dana etinin kuşbaşı şeklinde bayat ekmek üzerine serilmesi, üzerine sos ilavesi yapılıp fırına verilerek,

* Bayat ekmek üzerine tereyağ sürülüp üzerine domates, biber vb. sebzeler doğranarak fırına verilerek,

* Bayat ekmek fırında kurutulup değişik çorbalarda kruton olarak,

* Sabah kahvaltılarında peçka üzerinde kızartılıp üzerine yağ sürülerek,

* Ufalanıp köfte harcı olarak,

* Tost ekmeği olarak,

değerlendirebilmek mümkündür.

Kaynakça

Akgün, F. B. (2007).Ekşi Hamur Tozu Eldesi ve Ekmek Üretiminde Kullanılabilme Olanakları, Pamukkale Üniversitesi, Fen Bilimleri Entitüsü, Gıda Mühendisliği, Yayımlanmamış Yüksek Linsans Tezi, Denizli.

Aktekeli, B. (2014).Isı Pompalı Kurutucu İle Bayat Ekmeğin Geri Dönüşüm Tekniklerinin Deneysel Analizi, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Makine Eğitimi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (SPSS Uygulamalı), (7. Baskı), Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Bal, H. (2016). Nitel Araştırma Yöntem ve Teknikleri (Uygulamalı-Örnekli), İstanbul: Sentez Yayıncılık.

Baiano A. ve Terracone C. (2011) "Dough Rheology And Bread Quality Of Supplemented Flours", – Journal of Food, November, 9 (3), ss. 180–186.

Bhise ve Kaur A. (2014) "Baking Quality, Sensory Properties and Shelf Life of Bread With Polyols", Association of Food Scientists & Technologists (India), (September 2014), 51(9),ss. 2054–2061, DOI 10.1007/s13197-014-1256-3.

Chinachoti, P. (2003). Preventing bread staling, in Bread Making Improving Quality, e-book, Chapter 27, Ed. Cauvain, S.P., Woodhead Publishing Limited and CRC Press LLC, Boca Raton, FL ve England.

Dölekoğlu C. Ö., Giray F. H. ve Şahin A. (2014)"Mutfaktan Çöper: Ekmek Tüketim ve Değerlendirme", Akademik Bakış Dergisi, 44, Temmuz-Ağustos, http://www.akademikbakis.org, erişim: 29.06.2018.

Erdemir, Z. Ş. (2015). Isıl İşlem Görmüş Bakla Ezme Tozunun Ekmek Yapımında Kullanımı ve Kalite Kriterleri Üzerine Etkisinin Belirlenmesi, Pamukkale Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Ana Bilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Denizli.

Erdoğan R. T. (2013)"Genelge: Ekmek İsrafını Önleme Kampanyası", www.basbakanlik.gov.tr/genelge_pdf/2013/2013-0010-006-3068.pdf, erişim: 09.07.2018.

Ertürk A., Aslantaş N., Sarıca D. Demircan V. (2015) "Isparta İli Kentsel Alanda Ailelerin Ekmek Tüketimi ve İsrafı", Akademik Gıda, 13 (4), ss. 291-298.

Gül, H. (2007). Mısır ve Buğday Kepeğinin Hamur ve Ekmek Nitelikleri Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi. Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü,Yayımlanmamış Doktora Tezi, Adana.

Hadnađev T. D., Dokić L. , Pojić M., Hadnađev M., Torbica A., Rakita S. (2014)"Rheological Properties Of Dough And Quality Of Bread Supplemented With Emulsifying Polysaccharides", Hem. Ind., 68 (1) ss. 99–106, doi: 10.2298/HEMIND130124033D.

Ishida P. M. G. ve Steel C. J (2014)" Physicochemical And Sensory Characteristics Of Pan Bread Samples Available İn The Brazilian Market", Food Science and Technology, Oct.-Dec., 34(4), ss. 746-754.

İlkbahar, A. (2018)"İadesiz satışla Ekmek İsrafının Önüne Geçilecek", http://www.turkiyegazetesi. com.tr/ekonomi/539421.aspx, erişim: 09.07.2018.

Kalkışım Ö., Özdemir M., Bayram O. (2012) " Ekmek Yapım Teknolojisi", Ankara: Sage Yayıncılık.

Kotancılar G., Çelik İ., Ertugay Z. (2010) "Ekmeğin Besin Değeri ve Beslenmedeki Önemi", Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 26 (3), ss. 431-441.

Kuter, M. (2011). İnsan ve Ekmek. Bursa: Akmat Akınoğlu Matbaacılık A.Ş., http://www.ekmek israfetme. com/UploadResim/EkmekYayinlar/InsanVeEkmek.pdf, erişim: 05.07.2018.

Kwaśniewska-Karolak I., Rosıcka-Kaczmarek J., Krala L. (2014) "Factors Influencıng Qualıty And Shelf Lıfe Of Bakıng Products", Journal on Processing and Energy in Agriculture 18 (1), ss. 1-7.

Melini V. ve Melini F. (2018)"Strategies to Extend Bread and GF Bread Shelf-Life: From Sourdough to Antimicrobial Active Packaging and Nanotechnology", Fermentation,4(9), ss. 1-18.

Mete, H (2017)"Ekmek İsrafı ve Önleme Yöntemleri", Tekirdağ SMM Odası Sosyal Bilimler Dergisi, Mart, Sayı :7.

Mondal, A. ve Datta, A. K. (2008). "Bread baking-Areview", Journal of Food Engineering, 86, ss. 465-474.

Özgüdenli, O. G. ve Uzunağaç, Ö. (2014)"Selçuklu Anadolusu'nda Ekmek", Marmara Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 1(1), ss. 43-72., DOI: 10.16685/MTAD.201417924.

Paşa R. H. (2010) "Tam Buğday Ekmeği Üretimi Üzerine Bir Araştırma", Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Ana Bilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Samur, G. (2008). Vitaminler Mineraller ve Sağlığımız, Ankara: Klasmat Matbaacılık, erişim: 05.07.2018.

Selçuk, T., Çolakoğlu, A. S. ve Alkan, A. (2018) "Görüntü İşleme Teknikleri Kullanılarak Ekmek Doku Analizi ve Arayüz Programının Geliştirilmesi", Gazi ÜniversitesiMühendislik Mimarlık Dergisi, 33 (1), ss. 31-41.

Sungur B. (2018) "Ekmek Yapımında Hidrokolloidlerin Kullanılması", Journal of Tourism and Gastronomi Studies, ss. 41-53.

Yiğit, A. H., Doğan, İ. S. (2010). Ağrı İlindeki Ekmek Fırınlarının Bazı Özelliklerinin Değerlendirilmesi Üzerine Bir Anket Çalışması,Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi, 20(2): 75-87.

Yurdatapan, S. (2014) "Türkiye'de Ekmek Sanayi ve Ekmek Tüketim Eğilimleri: Edirne İli Merkez İlçe Örneği", Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi ABD, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ, (Tez No: 355438).

Ek1. Kırklareli Mutfağında Bayat Ekmeklerin Değerlendirilmesi İle İlgili Görüşme Yapılan Köyler

S. No	ADI
1	Bayramdere Köyü
2	Düzorman Köyü
3	Karakoç Köyü
4	Kızılcıkdere Köyü
5	Demircihalil Köyü
6	Eskitaşlı Köyü
7	Karahamza Köyü
8	Kayalı Köyü
9	Cevizöy Köyü
10	Ahmetçe Köyü
11	Asılbeyli Köyü
12	Deveçatağı Köyü
13	Dereköy
14	Kapaklı Köyü
15	Erikler Köyü
16	Geçitağzı Köyü
17	Koruköy
18	Kadıköy
19	İslambeyli Köyü
20	Kavakdere Köyü

Ek 2. Katılımcılara Yöneltilen Sorular

1-Ekmeği nasıl saklıyorsunuz?
2-Ekmeği taze olarak mı? Yoksa bayat olarak mı tüketiyorsunuz?
3- Ekmeği kaç gün içerisinde tüketiyorsunuz?
4- Ekmeğin bayatladığını nasıl anlıyorsunuz?
5- Bayat ekmek ve değerlendirilmesi konusunda bilgilendirildiniz mi?
6 -Bayat ekmekleri nasıl değerlendiriyorsunuz?
7-Bayat ekmekle hazırladığınız yemekler hangileridir? Nasıl hazırlıyorsunuz?

Ekmek Çeşitleri: Kırklareli Mutfağı Örneği

Aykut PAJO[1] **Aykut AYBAŞ[2]**

[1]Kırklareli Üniversitesi / Pınarhisar Meslek Yüksek Okulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
aykut.pajo@klu.edu.tr
[2]Kırklareli Üniversitesi / Pınarhisar Meslek Yüksek Okulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
aykutaybas@klu.edu.tr

Özet: Ekmek antik çağdan bu yana insanların birincil besin kaynağı olmuştur. Günümüzde şehirlerde kuru veya hazır mayadan yapılan ve fabrikalarda üretilen ekmekler daha yaygın olmasına rağmen kırsal kesimlerde ekşi mayadan yapılan ekmeğin daha yaygın olduğu görülmektedir. Ülkemizin birçok bölgesi zengin yemek çeşitliliğinin olduğu yöresel mutfaklara sahiptir. Bu mutfakların birçoğunda değişik ekmek çeşitleri bulunmaktadır çünkü doyurucu olması,enerji vermesi gibi sebepler göz önünde bulundurulur. Bu çalışma Kırklareli Mutfağı'nda yer alan yöresel ekmekleri tespit ekmek amacı ile yapılmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Kırklareli'ne bağlı 20 köyden 40 kişi ile görüşülmüştür. Araştırma sonucunda Kırklareli'nde başta köy ekmeği olmak üzere, mısır ekmeği, nohutlu ekmek, patatesli ekmek, zeytinli ekmek ve çavdar ekmeği olmak üzere toplam 6 çeşit ekmek tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ekmek, Kırklareli Mutfağı, Ekmek çeşitleri, Ekşi maya

Types of Bread: The Case of Kırklareli Cuisine

Abstract: Since the ancient times, bread has been primary food source of people. Nowadays, although breads made from dry yeast or instant yeast and breads produced in factory are more common in cities, it is seen that bread made from sourdough is common in rural areas.Many regions of our country have regional cuisines that contain a wide variety types of food. Most of these cuisines have a lot of bread types because some purposes such as being substantial and giving energy are took into consideration. This study was carried out with the aim of baking local breads in Kırklareli Cuisine. Face-to-face interview technique was used in the study of qualitative research methods. 40 people from 20 villages of Kırklareli were interviewed.As a result of this research, a total of 6 kinds of bread, mainly village bread and then corn bread, bread with chickpea, potato bread, olive bread and rye bread were found in Kırklareli.

Key words: Bread, Kırklareli Cuisine, Types of bread, Sourdough

1.Giriş

Fransız, Türk ve Çin mutfakları gastronomi uzmanları tarafından dünyanın en zengin mutfakları olarak görülmektedir. Türkiye'nin farklı bölgelerinde farklı etnik gruplar yaşamaktadır. Bu farklılık yörelere ait mutfaklara da yansımıştır. Yöresel mutfaklara ait yiyecek ve içeceklerdeki çeşitlilik yörede yetiştirilen bitki, sebze ve hayvan çeşitliliğinden kaynaklanmaktadır. Kırklareli Türkiye'nin kuzey batısında yer almaktadır. Kırklareli Mutfağı, klasik Türk mutfağının özelliklerini yansıtmanın yanı sıra, farklı toplumlara ait mutfak kültürlerini barındırması sebebi ile önem arz etmektedir.

Ahlaki değerler, yaşam tarzı, bölgede bulunan bitki ve hayvan çeşitliliği, dini inanışlar, toplumun ekonomik durumu mutfak kültürünün belirleyicisi durumundadır (Beşirli, 2010:160).

Yöresel yiyecek ve içecekler, kent merkezlerinde veya kırsalda gelenek haline gelmiş, özel günlerde daha fazla tüketilen, genellikle bir olay neticesinde kültüre yerleşmiş ve halk tarafından diğer yiyecek ve içeceklerden üstün tutulmakta olan ürünlerdir (Hatipoğlu vd., 2013: 7).

Türkiye'nin farklı bölgelerinde farklı yiyecek ve içeceklere sahip yöresel mutfaklar bulunmaktadır. Bu mutfaklara ait yemeklerde ilgili bölgede üretimi yapılan tarım ve hayvancılık ürünlerinin daha fazla kullanıldığı görülmektedir. Örneğin pirinç üretiminin fazla olduğu bölgelerde pilav pirinç ile yapılmakta, buğday üretiminin fazla yapıldığı bölgelerde bulgur ile yapılmaktadır. Ekmek üretimine baktığımızda örneğin Karadeniz Bölgesi'nde mısır ekmeğinin, Konya bölgesinde ise buğday ekmeğinin daha fazla üretildiğini ve tüketildiğini görmekteyiz. Eski dönemlerde pek çok yörede insanlar yiyeceklerini evde kendileri üretmekteydi. Ancak dünyada ve Türkiye'de kadınların çalışma hayatına daha fazla katılmasıyla şehirlerde yaşayan insanların evlerinde yemek hazırlamaya ayırdıkları zaman azalmıştır. Son yıllarda ekmek üretimi hazır maya kullanılarak ekmek fabrikaları ve fırınlarda yapılmaktadır. Yaşam şartlarından dolayı insanlar ekmeği marketlerden almaktadırlar. Artık şehirlerin yanında pek çok köyde de ekmek evde yapılmak yerine marketlerden satın

alınmaktadır. İnsanlar beyaz ekmeği daha lezzetli, yumuşak, hijyenik vb. sebeplerle tercih etmektedirler. Dolayısı ile günümüzde evlerde ekmek üretiminin daha çok merkezden uzak küçük köylerde yapılmaya devam ettiği görülmektedir.

Yöresel gıdaların üretimi ile ilgili olarak yazılı ve görsel basında çıkan haberler bunun en önemli işareti durumundadır. İnsanların giderek bilinçlenmesi ve sağlıklı besinleri tüketme eğilimleri yöresel gıdalara olan talebin artmasını sağlamıştır (akt. Bozok ve Kahraman, 2015: 86).

Kırklareli ili sulu ve kuru tarımın ve hayvancılığın yapılabildiği verimli topraklarda yer almaktadır. Bölgede daha çok buğday, ayçiçeği, mısır, üzüm, pirinç vb. ürünler yetiştirilmektedir. Buna bağlı olarak bölge mutfağı da zengin içeriğe sahiptir. Türkiye'nin diğer illerinde olduğu gibi ekmek üretimi ve tüketimi oldukça fazladır.

Bu çalışma Kırklareli'nde geleneksel yöntemlerle üretilen yöresel ekmekleri tespit etmek amacı ile yapılmıştır. Çalışmada önce ekmek kavramı, ekmeğin beslenmedeki yeri ve önemi açıklanmış, ekmek tarihi, ekmek çeşitleri, Türk Mutfağı'nda ekmek üretimi hakkında bilgi verilmiştir. Araştırma kapsamında Kırklareli'ne bağlı 20 köyden toplam 40 kişi ile görüşülmüş ve tespit edilen yöresel ekmeklere ait bilgiler yöntem ve bulgular başlığı altında ifade edilmiştir. Sonuç ve öneriler bölümünde yöresel ekmeklere ve yöresel ekmekler ile ilgili önerilere yer verilmiştir.

Literatürde ekmek ile ilgili son beş yıldır yapılmış olan çalışmalar incelendiğinde ekşi mayanın ekmeğe katkısı (Petel vd, 2017), buğday genetik kaynaklarından yerel ve kültür çeşitleri, Türkiye'de buğday ve ekmek (Özberk vd, 2016), ekmeğin raf ömrünü arttırmak için Lactobacillus amylovorus uygulaması (Axel vd, 2015), maya fermantasyonu sırasında enzimatik ve bakteriyel dönüşümler (Gänzle: 2014), ekşi hamurun ekmeğin kalite ve raf ömrüne etkisi (Torrieri vd, 2014), Tokat İli Merkez İlçede ailelerin ekmek tüketimleri (Bal vd, 2013) şeklinde yoğunlaştığı görülmektedir. Literatürde ekmek yapımı, değerlendirilmesi üzerine çalışmalar mevcut olmakla birlikte, Kırklareli Mutfağı'nda yer alan ekmekler üzerine yapılmış çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle bu çalışma özgündür.

2.Ekmek Kavramı

Ekmek; un, tuz, su ve mayanın karıştırılıp yoğrulması neticesinde elde edilen hamurun belirli bir süre fermente edilmesi, şekil verilip, uygun sıcaklık ve yeterli sürede pişirilmesiyle elde edilen üründür (Kotancılar vd. 1995: 431). Ekmeğin hem besin değerinin yüksek olması hem nötr bir tat ve aromaya sahip olması, diğer bir ifadeyle birlikte yenildiği yemeğin aroma ve tadını etkilememesi nedeniyle tercih edilmektedir(akt. Yiğit ve Doğan, 2010: 75).

Son yıllarda tüketicilerdeki bilinçlenme sayesinde hijyenik, sağlıklı ortamlarda üretimi yapılmış kaliteli ekmeklere olan talepte artış olduğu görülmektedir(Gül vd, 2015: 12).

2.1. Ekmeğin Tarihçesi

Akgün (2007: 4)'e göre ilk ekmek 8 bin yıl öncesinden yapılmıştır. İlk ekmeğin, kavrulmuş yada öğütülmüş tahıl tanelerinin su ile karıştırılması neticesinde elde edilen hamurun ateşte kızdırılmış kayalar üzerinde pişirilmesi ile üretildiği düşünülmektedir. Günümüzde bu tür ekmek halen; lavaş, pide, yufka adı ile farklı coğrafyalarda üretilmekte ve tüketilmektedir (Özberk vd., 2016: 219). Ekmekçilik önce Mısır'da ortaya çıkmış, oradan Yunanistan'a ve ardından Avrupa ülkelerine yayılmıştır. Mısırlılar bal, hurma vb. maddeleri katarak ekmeği çeşitlendirilmiş ve 16 çeşit ekmek üretmişlerdir (Akgün, 2007: 4). Romalılar zamanında ekmek yapımında çavdar ve diğer tahıllar kullanılmıştır. Ekmek Selçuklular zamanında Anadolu coğrafyasında bazen yemeğin kendisi bazen de yemeğin yanında tüketilmiştir. Beyaz ekmek üretimi ise XV yy.' da Avrupa'da başlamıştır (Özgüdenli ve Uzunağaç, 2014: 44). Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'un fethinin ardından görevlendirdiği Hızır Bey Çelebi'nin ilk icraatı ekmek hijyeni ve hamura hile karıştırılmaması konusunda tedbirler almak olmuştur. Ekmeğin ticari üretimi XIX yy.'da maya keşfedildikten sonra yaygınlaşmıştır (Yurdatapan, 2014: 12-14). Özberk vd., (2016: 220)'e göre eskiden taş değirmenlerde çavdar ve tam buğday unu ile yapılan ekmeklerin yerini günümüzde özü ve kepeği alınmış undan yapılan ekmekler almıştır (Nuhoğlu, 2005 :15). Beyaz ekmek tadı kokusu ve kalitesi nedeni ile tüketicilerin tercih nedeni olmuştur. Ancak beyaz ekmek lif, vitamin ve mineral oranı düşüktür.Günümüzde tüketiciler bilinçlenmiş, daha sağlıklı gıda arayışına girmişlerdir. Bu sebeple besinsel lif, mineral ve vitamin açısından zengin olan buğdayın dış kısmını da içeren tam buğday unundan üretilmiş gıdalara olan talepte artış olmuştur (Özberk vd., 2016: 220).

2.2.Önemi

Ekmek, tüm toplumlarda yoksul kesim için temel yiyecek olmuştur. Ekmek yapımında kullanılan hammadde Yunanlılarda çoğunlukla arpa, Romalılarda ise buğday olmuştur. Türk kültüründe yoksul kesimin temel yiyeceği olan ekmek ile ilgili olarak fakirliği ifade etmek için "yiyecek bir somun ekmeği yok" şeklinde ifadelere rastlanmaktadır. Türk kültüründe sosyal ve ekonomik seviyesi düşük kesimde, maddi sebeple fırından ekmek almak yerine, yufka ekmek ya da bazlama tarzı köy ekmek çeşitleri ev kadınları tarafından üretilmektedir. Örneğin, ekmek parçası düşürüldüğünde öpülüp alna konulması Türk Kültürü'nde ekmeğin kutsal sayıldığına dair bir örnektir (Beşirli, 2010: 164).

Mondal ve Datta (2008)'e göre, insanlar neolitik dönemden beri ekmek tüketmektedir. Eski Mısır'lıların yaşadığı dönemde ekmek tüm törenlerde sunulan önemli bir besin maddesi, refahın simgesi ve büyük nimet olarak görülmekteydi (Kalkışım vd, 2012:4). Fırıncılık mesleği ortaçağ İslam Dünyası'nda öneme bir yere sahipti (Özgüdenli ve Uzunağaç, 2014: 44). Yiğit ve Doğan (2010)'a göre diğer gıdalar ile karşılaştırıldığında uygun fiyatlı oluşu ve ulaşabilme kolaylığı, besleyici ve doyurucu oluşu vb. nedenlerle ekmek vazgeçilmez bir gıdadır. Türkiye sosyo ekonomik şartlar ve eskiden günümüze gelen beslenme alışkanlığı sebebi ile dünyada kişi başı ekmek tüketiminin en fazla olduğu ülkelerden biridir (Paşa, 2010: 1).

Türkiye'deki tüketim eğilimine bakıldığında ilk sırada buğday ekmeği gelmektedir (Erdemir, 2015: 1). Ülkemizde ortalama bir insan tükettiği enerjinin %66'sını tahıllardan, bunun %56'lık bölümünü ekmekten, proteinin ise %50'sini yine ekmekten sağlamaktadır (Akgün, 2007: 1).

Türk Gıda Sektörü'nün %50'si un ve unlu mamuller üreten işletmelerden oluşmaktadır (Doğan ve Yıldız, 2009: 296).

Doğan (2003)'e göre ekmek, iyi bir enerji kaynağıdır. Protein, B vitaminleri ve birçok mineralleri içermektedir. Kepekli veya kepeksiz olmasına bağlı olarak değişmekle birlikte bir insan ortalama 400 gram ekmek tükettiğinde, günlük protein ihtiyacının %51-55'i, demir ihtiyacının %16– 62'i, kalsiyum ihtiyacının %12-74'ü, B1 vitamin ihtiyacının %35- 82'si, B2 vitamin ihtiyacının %16-39'u, niasin ihtiyacının %20-35'i karşılanmış olmaktadır (Aydın ve Yıldız, 2011: 165). Lifli gıdalar arasında bulunan yulaf ve tam buğday ekmeği vb. hemoroid, kabızlık vb. hastalıklardan korunmaya yardımcı olmaktadır (Dizlek vd., 2013: 88).

Ekmek, basit üretilmesi, üretim maliyetinin düşük olması, kolay ulaşılabilir olması, doyurucu olması, besleyici olması gibi artı özellikleri nedeni ile insanların en çok tercih ettiği temel bir gıda maddesidir (Aydın ve Yıldız, 2011: 165).

2.3. Ekmek Yapımında Kullanılan Bileşenler ve Ekmeklerin Sınıflandırılması

Dünya üzerinde bir çok ülkede sayılamayacak tipte ekmek üretildiği bilinmekte ve bazı ülkelerin kendilerine has ekmekleri ile anıldığı görülmektedir. Ekmekler sınıflandırılırken spesifik ekmek hacmi değerleri (hacim/ağırlık) dikkate alındığında 3 farklı grup ekmek sınıflandırılması yapılmaktadır. Bunlar (Coşkuner vd. 1999: 89):

* Yüksek spesifik hacimli ekmekler (tava ekmekleri)

* Orta düzeyde spesifik hacimli ekmekler

* Düşük spesifik hacimli ekmekler (Ortadoğu ve Hindistan bölgesi ülkelerinin düz ekmekleri)

Aydın ve Yıldız (2011: 165)' e göre şekil ve büyüklük, mayalama, formülasyon, kabuk özellikleri ve ekmek içi özellikleri, özgül hacim, gibi faktörlerden ötürü dünyada üretimi yapılan oldukça fazla sayıda ekmek çeşidi ve tipi bulunmaktadır. Tam buğday ekmeği, tava ekmeği, küçük ekmekler, kepekli ekmek, francala, çavdar ekmeği en çok bilinenlerdendir (Doğan ve Yıldız, 2009: 296). Pek çok çeşidi olsa da ekmek temel olarak un, su, tuz ve maya karışımı ile elde edilmektedir.

Un: Türkiye'de ekmek daha çok buğday ununda üretilmektedir. Ertugay (2010: 167)'e göre ekmek yapımında kullanılacak buğday ve unun kalitesi; unun hamur yaparken kaldırdığı su miktarı, özlü bir hal göstermesi, ekmeğin pişerken kabarıklığının yüksek olması, hamur gözeneklerinin ince cidarlı, aynı türden (türdeş) ve düzgün şekilde olmasını ifade etmektedir (Aydoğan vd., 2012: 74).

Tuz: Yemeklerimize kattığımız tuz kullanılabilir. Kullanım miktarı Türk gıda mevzuatında belirtilmiştir.

Su: Hamur kıvamına göre içilebilir su kullanımı uygundur.

Maya: Mayalar, tomurcuklanan tipik bitkisel büyüme ile tek hücreli mantarlardır (Vuyst vd, 2016: 26-27). Gül (2005)'ye göre maya buğday unu ve su ile üretilen hamurun kabartılması amacıyla uygulanır. Kitlesel üretim gerçekleştiren fırınlar daha çok hazır ekmek mayası kullanmaktadır. Geleneksel üretim yapan bazı fırınlar ise ekşi maya kullanmaya devam etmektedirler.

3.Türk Mutfak Kültüründe Ekmek

Osmanlılar zamanında yemek yere serilmiş örtünün üzerine konulmuş olan sini (büyük tepsi) etrafına konularak yenilmekteydi. Yemek aynı kaptan yenir, ekmek el ile koparılır, et balık ve tavuk el ile yenilmekteydi. Türk mutfak kültüründe yemeğin evde yenilmesi geleneği vardır. Bu geleneğin temelinde lezzet, temizlik ve ekonomik sebepler yatmaktadır. Fakat günümüz şartlarında, kent yaşamının hızlı temposu, insanların evleri dışında yemek yemeye zorlamaktadır. Artık yemek yeme sosyalleşme, tören, zevk ve estetik bir hale dönüşmüş, dışarıda yemek tüketimi yaygınlaşmıştır (Güler, 2010: 28). Eskidenekmek ekşi maya ile evlerde üretilirdi. Fakat günümüzde ekmek daha çok hazır ekmek maya kullanılarak fırınlarda üretilmektedir. Ekşi maya kullanılarak ekmek üretimi, kırsal bölgelerde ve bazı geleneksel üretim yapan fırınlarda yapılmaktadır. Türkiye'de ekmeğin daha çok yufka, somun ve bazlama şeklinde tüketildiği görülmektedir (Baysal, 1993: 14).

Bal vd (2013)'e göre Türkiye'de farklı bölgeler ve bu farklı bölgelerde üretilen pide, çavdar ekmeği, kepekli ekmek, mısır ekmeği, patatesli ekmek, nohutlu ekmek, tandır ekmeği, lavaş, bazlama, pide, cevizli, haşhaşlı ve susamlı vb. çeşitli ekmekler bulunmaktadır.

3.1.Yöresel Ekmek Kavramı ve Ekşi Hamur Kullanımı

Erkmen (2010)'a göre ekşi hamur çavdar, buğday ya da farklı tahıl unlarının su ile karıştırılması ve 1-2 gün süre ile laktik asit fermantasyon işlemine tutulması ile elde edilmektedir. Geleneksel ekmek üretimi ekşi hamur kullanılarak yapılmaktadır. Özberk vd., (2016: 220)' ye göre antik çağda günümüzdeki kadar yaygın olmasa da kabaran (mayalı) ekmek üretimi yapıldığına dair izler bulunmaktadır. Elde edilen bulgulardan antik çağda maya olarak ekşi hamurun kullanılmış olduğu ekmek yapımında ilk önce arpanın, sonraki yıllarda ise buğdayın tercih edilmeye başlandığı anlaşılmaktadır. Türkiye'nin farklı bölgelerinde halen ekşi maya kullanılarak ekmek, simit ve çeşitli çörekleryapılmaktadır (Kalkışım vd, 2012: 4). Tandır ekmeği, yufka, tava ekmeği, somun, asker tayını, peksimet vb. Türkiye'de en yaygın üretimi yapılan ekmeklerdir (Yurdatapan, 2014: 12-14). Geleneksel yöntemlerle ekmek pişirme işleminde; bileşenlere, mayalanma süresine, pişirme sıcaklığı ve süresine müdahale edilebilmektedir (Doğan ve Yıldız, 2009: 296). Geleneksel ekmek üretiminde maya olarak ekşi hamur kullanılmaktadır. Dünyanın farklı coğrafyalarında farklı özellikte ekmekler üretilmektedir. Örnek olarak; Mısır'da balady, İran'da barbari, sangak ve lavaş, Türkiye'de tandır, yufka, pide, bazlama, lavaş ve gömme, Hindistan, Pakistan ve Çin'de çapati, Suudi Arabistan'da tandır ve pita sayılabilir (Coşkuner vd, 1999).

Ekşi hamur un, su ve tuz karışımının fermantasyonu ile hamur mayası kendiliğinden elde edilmektedir. Ekşi hamurun pişirmede kullanımı; kalitenin artışının sağlanması ve ekmek raf ömrünün uzatılması nedeniyle yaygınlaşmıştır (Torrieri vd., 2014: 509). Türkiye'de ekşi hamur genellikle buğday unu kullanılmak suretiyle elde edilmektedir (Gül vd., 2005: 692). Buğday ve çavdar ekmeklerinin üretiminde ekşi hamur kullanımı geleneği çok eski dönemlere kadar uzanmaktadır (Moroni vd., 2009: 667). Ekşi maya ekmek yapımında geleneksel mayalama maddesi olarak kullanılmıştır. Ekşi hamurun ekmek yapımında kullanılması ekmek kalitesini; lezzet, doku, raf ömrü ve besin değeri gibi tüm yönleri ile etkilemektedir (Gänzle, 2014: 2-3). Ekmek üretiminde ekşi hamur doğal koruyucu olarak bozulmayı geciktirir, besin güvenliğini ve kaliteyi arttırır (Axel vd, 2015: 37). Ekmek üretiminde ekşi hamur kullanılması; ekmekte raf ömrünü uzatır, besinin özelliklerini arttırır, biyoaktif bileşik içeriğini ve ekmek aromasını daha iyi yapar (Petel vd., 2017: 105). Ekşi hamur fırınlanmış ürünlerin kalitesini arttırmak, uzun raf ömrüne sahip ürünler elde etmek amacı ile faydalı bir araç olarak kullanılmaktadır (Vuyst, 2016: 27).

4.Yöntem ve Bulgular

Araştırmada konunun doğal ortamında incelenmesi amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 40). Araştırma sırasında öncelikle konu ile ilgili, internet, cd, kitap, makale, tez, broşür, gazete, TV programları vb. incelenmiş ve konu ile ilgili derinlemesine bilgi edinilmiş ve ilgili kaynaklardan ikincil veriler toplanmıştır (Altunışık vd., 2012: 74-76). Ardından edinilen bilgiler ışığında Ek 2'de yer alan açık uçlu soruların bulunduğu yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Görüşmelerde

yapılandırılmamış veya yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılması görüşme yapılan kişinin düşüncelerini etkilememek amacıyla tercih edilmiştir. Araştırma Kırklareli Mutfağı'nda yer alan ekmek çeşitlerin tespit edilmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırma konusu Kırklareli Mutfağı olması sebebi ile araştırma Kırklareli'nde ki köyler ile sınırlandırılmıştır. Zaman ve maliyet sınırlılıkları nedeni ile Ek 1'de yer alan 20 adet köy ziyaret edilebilmiş ve bu köylerden toplam 40 katılımcı ile görüşülmüştür. Görüşme sırasında yöneltilen soru sayısının az olması ve görüşme yapılan kişi sayısının toplam 40 kişi ile sınırlı olması nedeni ile görüşmede ses kaydı alınmamıştır (Bal, 2016:. 162-164). Kırklareli Mutfağı'nın genel özellikleri şu şekildedir:

Kırklareli ili Marmara Bölgesi'nde yer almaktadır. Kırklareli ili Türkiye'nin kuzeybatısındadır. Kırklareli iline komşu iller Edirne ve Tekirdağ'dır. Karasal iklimin özellikleri görülür. Kışlar sert ve yağışlı geçer, yaz ayları ise sıcak ve kuraktır. Kırklareli'nde farklı etnik gruplar yaşamaktadır. Bu farklı etnik grupların örf, adet ve kültürleri mutfağa da yansımıştır. Kırklareli halkı Pomak, Muhacır, Boşnak, Gacal ve Arnavutlardan oluşur.Halk geçimini tarım ve hayvancılıktan sağlanmaktadır. Kırklareli'nin Karadeniz'e kıyısı olan İğneada, Demirköy ve Kıyıköy ilçelerinde ormancılık, balıkçılık ve turizm halkın geçim kaynağını oluşturmaktadır. Tarım ürünü olarak buğday, mısır, üzüm, çilek, ayçiçeği ve kiraz yetiştirilir. Ayrıca bölgede arıcılık, koyun, keçi, manda kümes hayvanları besiciliği yapılmaktadır. Bu duruma paralel olarak Kırklareli'nde; bal, polen üretimi, süt ve süt ürünleri, sucuk, yumurta, yoğurt, hardaliye, şarap, ayran vb. üretimi yapan birçok işletme bulunmaktadır.

Farklı dine mensup insanlar Kırklareli'nde uzun yıllardır birlik ve beraberlik içinde yaşamaktadırlar. Bu farklı etnik grupların ve kültürün etkisi Kırklareli mutfağına da yansımıştır. Kırklareli küçük bir coğrafyada olmasına rağmen çok farklı ve çeşitli yiyecek içeceklerin olduğu bir mutfağa sahiptir.

Sabah kahvaltılarında; domates, salatalık, biber, peynir türleri, çay, reçel çeşitleri, bal, polen, sebze kızartması, sucuk, sosis, salam, tereyağı, poy, kaymak, siyah, yeşil, biberli zeytin, maydanoz veya tarhana, süt paparası gibi çorbalar tüketilmektedir.

Öğlen ve akşam yemeklerinde; sini mantısı, tas kebabı, höşmerim, kaçamak, kuzu kapama, pırasa yemeği ve taze fasulye gibi kuru bakliyat ürünleri, sebze yemekleri, etli yemekler ve hamur işi ürünler tüketilmektedir.

Tarhana, erişte (ev makarnası), kuskus, lahana, salatalık turşusu, yağlı turşu kış hazırlıklarından en sık yapılanlardandır.

Doğum, askere uğurlama, ve sünnet gibi etkinliklerde diş buğdayı, yeni diş çıkaran çocuk için ilk adım çöreği veya diğer adıyla taytay çöreği yapılıp gelen misafirlere ikram edilmektedir. Vefat eden kişilerin ardından yakınları tarafından mevlit düzenlenmekte ve ardından dualar okunmaktadır. Mevlide katılanlara sade veya etli (dana eti) pirinç pilavı, ayran, irmik veya un helvası ikram edilmektedir. Lohusa döneminde ise gelen misafirlere lohusa şerbeti sunulmaktadır.

Yemekler peçka (soba) olarak adlandırılan ateş üzerinde pişirilmektedir. Yemekler toplu olarak yenir ve sofra bezi üzerinde konan sini (tepsi) etrafında tüm aile bireyleri toplanır ve ailenin en büyük bireyi gelmeden yemek yemeye başlanmaz. Ailede herkes aynı anda yemek sofrasına oturur ve ailenin babası ekmeği tüm aile bireylerine pay ederek dağıtır ve bu şekilde yemek yemeğe başlanır. Yemeğe başlarken besmele çekilir ve zorunla hallerin dışında sofradan kalkılmaz ve sofra terkedilmez.

Tablo 1. Kırklareli Mutfağı'nda Yapılan Yöresel Ekmeklerin Tespit Edilmesi Amacıyla Kırklareli'ne Bağlı Köylerde Yapılan Görüşme Sorulan ve Elde Edilen Cevaplar

Soru 1: Ekmeği evde mi yapıyorsunuz? Yoksa hazır mı alıyorsunuz? Neden?
Cevap 1: Görüşmeye katılanların tamamı fırsat bulduklarında ekmeği evde yaptıklarını, iş yoğunluğu nedeni ile bazen bakkaldan satın aldıklarını ifade etmiştir.
Soru 2: Hangi sıklıkla ekmek yapıyorsunuz?
Cevap 2: Görüşme yapılan kişilerin tamamı evde ekmek yapımının iş yoğunluğuna bağlı olduğunu ifade etmiştir. Görüşmeye katılanların 25'i en az haftada bir kez, 15'i ise iki kez evde ekmek yaptıklarını belirtmiştir.
Soru 3: Hangi çeşit ekmekleri, nasıl pişiriyorsunuz?
Cevap 3: Görüşmeye katılanlardan; 40 kişi köy ekmeği, 28 kişi nohutlu ekmek, 25 kişi mısır ekmeği, 18 kişi patatesli ekmek, 15 kişi zeytinli ekmek ve 15 kişi çavdar ekmeği ürettiklerini ve görüşmecilerin tamamı ekmeğin daha lezzetli olması sebebi ile peçkada pişirmeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir.
Soru 4: Ne tür maya kullanıyorsunuz? Neden?
Cevap 4: Görüşmeye katılanların tamamı daha doyurucu, lezzetli ve uzun süre dayandığı için ekşi mayayı tercih etmektedir.

Soru 5: Ekmek yapmayı nasıl ve kimden öğrendiniz?
Cevap 5: Görüşmeye katılanların tamamı ekmek yapmayı aile büyüklerinden öğrendiklerini belirtmiştir.
Soru 6: Kendinizin geliştirdiği bir ekmek reçetesi var mı?
Cevap 6: Görüşmeye katılanların tamamı bu soruya hayır cevabını vermiştir.
Soru 7: Evde ekmek yapmak zor mu? Evde ekmek yapmak isteyenlere tavsiyeleriniz neler?
Cevap 7: Görüşmeye katılanların tamamı evde ekmek yapmanın kolay olduğunu belirtmiştir. Tamamının tavsiyesi ekmek yaparken ekşi mayanın kullanılması yönündedir.

Tablo 1'de görüşmeye katılanların verdiği cevaplar yer almaktadır. Görüşmeye katılanların tamamı ekmeği evde yapmayı tercih etmektedirler. Ancak iş yoğunluğundan nadiren de olsa bakkaldan ekmek almaktadırlar. Katılımcıların 25'i haftada iki, 15'i haftada bir kez evde ekmek yapmaktadır. Katılımcılardan 40 kişi köy ekmeği, 28 kişi nohutlu ekmek, 25 kişi mısır ekmeği, 18 kişi patatesli ekmek, 15 kişi zeytinli ekmek ve 15 kişi çavdar ekmeği yapmaktadır. Katılımcılar ekmek yapmayı aile büyüklerinden öğrenmiştir. Katılımcıların kendi geliştirdikleri bir ekmek tarifi bulunmamaktadır. Katılımcıların tamamı ekmek yapmanın kolay olduğunu belirtmişler ve evde ekmek yapmayı düşünenlere ekşi maya kullanmalarını önermişlerdir.

Kırklareli mutfağında yer alan ekmeklere ait reçeteler şu şekildedir:

Zeytinli Ekmek



Malzemeler :
5 sb. Un
Yarım sb Süt
1 adet Yumurta
2 yk. Karbonat
Ekşi maya
200 gr Zeytin
1 çk.Tuz
1 yk. Şeker

Yapılışı: Zeytin hariç tüm malzemeler yoğurma kabına alınır ve yoğrulur. Daha sonra hamur iki veya üç parçaya ayrılır ve kare şeklinde açılır. İçine zeytin eklenip rulo şeklinde katlanır. Son aşamada tepsiye dizilen hamurun üzerine yoğurt ve yumurta sürülerek fırında pişirilir.

Patatesli Ekmek



Malzemeler:
3 adet orta boy haşlanmış patates
5 su bardağı un
3 yemek kaşığı ekşi maya
2 veya 3 su bardağı ılık su
1 tatlı kaşığı şeker
2 tatlı kaşığı tuz
Yapılışı:

Elenmiş unun içine daha önceden suda haşladığımız ve ezdiğimiz patatesler ile maya, şeker ve çok sıcak olmaya ılık su ilave edilir ve karıştırılıp homojen bir hamur elde edilir. En son aşamada tuz ilave edilir ve elde edilen hamur mayalanması için bir saat kadar dinlendirilir. Dinlendirildikten sonra tepsilere konulur ve tepsilerde de bir yarım saat kadar dilendirilir. Ardından odun ateşi kullanılarak hazırlanan köy fırınında üstleri kızarana kadar pişirilir. Bu pişirme işlemi de fırının ısısına göre yarım saat ile kırkbeş dakika arasında olmaktadır. Daha sonra ekmek fırından çıkarılır ve istenilen şekilde tüketilir.

Not: Bazı yerlerde ekmek hamurunun hazırlanması aşamasında normal su yerine patatesin haşlama suyundan da bir miktar ilave edilir. Patatesin haşlama suyundaki nişasta ekmeğin hem daha lezzetli olmasını hem de bayatlamasını önlemektedir.

Nohutlu Ekmek
Malzemeler:

50 gr.daha önceden ıslatılmış nohut
5 su bardağı un
4 çorba kaşığı ekşi maya
2 tatlı kaşığı tuz
1 tatlı kaşığı şeker
Ilık su



Yapılışı:

Bir gün önceden ıslatılan nohutlar havan dövülerek üzerine bir miktar un ve su eklenir. Nohutlar akıtma (veya boza) kıvamına geldikten sonra unun ortası açılıp ekşiyen nohutlu karışım ilave edilir ve yoğrulmaya başlanır. Daha sonra ekşi maya, tuz, şeker ve ılık su yardımı ile iyice yoğrulur. Bir saat dinlendirilir. Sonra tepsilere alınır ve tepsilerde de dinlendirildikten sonra köy fırınında kırkbeş dakika pişirilir ve daha sonra ekmeğin üstü kızardığında fırından çıkarılır, dinlendirilir ve tüketime hazır hale gelir.

Not: Ekmekler tepsilerde dinlendirilirken ve mayalanma işlemi sırasında bir bıçak yardımı ile mayalanan hamurun belli yerlerine bıçak batırılır. Bu işlemin yapılmasındaki amaç ekmeğin fırın içinde pişerken çok fazla kabarmasını engellemektir.

Mısırlı Ekmek
Malzemeler:
3 sb Un
1.5 sb. Mısır unu
1 yk. Ekmek sodası(karbonat)
1 kase pişmiş mısır (isteğe göre)
2 yk. Yoğurt
Tuz
Su (sıcak)



Yapılışı: Tüm malzemeler yoğurma kabına alınır ve homojen bir şekilde yoğrulur. Daha sonra yarım saat dinlenmeye bırakılır. Dinlendirme işleminden sonra ekmek sinin alt kısmı unlanır ve ekmek hamuru ekmek sinisine yerleştirilir. Odun ateşinde hazırlanan fırında siniler yerleştirilir ve pişirilir. Pişirme işlemi ortalama bir saat sürer. Pişen ürün soğuması için dinlendirilir ve daha sonra tüketime hazır hale gelir.

Not: Mısır ekmeği hazırlanırken isteğe göre taze pişmiş mısır taneleri de eklenebilir. Ayrıca mısır yoğunluğunun çok fazla olması istenmiyorsa tarifin içerisine eklene mısır unu miktarı azaltılabilir.

Köy Ekmeği
Malzemeler:
1 kg un
100 gr ekşi maya
Tuz
Ilık su
Yarım ç.b. sıvı yağ



Yapılışı:

Un yoğurma kabına alınır ve ortası açıldıktan sonra maya, sıvı yağ ve bir fiske tuz ilave edilir. Homojen bir karışım elde edilinceye kadar karıştırılır. Daha sonra mayalanması ve dinlendirilmesi için üstü temiz bir bezle kapatılarak 2-3 saat bekletilir. Daha sonra kabaran hamur tekrardan yoğrulur ve bir süre daha bekletilir. Son aşamada pişirilecek siniler unlanır ve mayalandırılmış olan hamur bu sinilere eşit miktarda konularak pişmeye hazır hale getirilir. Pişmeye hazır olan hamurun en son aşamada üst kısmı çatal yardımı ile delinir ve aşırı kabarması engellenmiş olur. Daha önceden odun ateşinde ısıtılmış taş fırında ortalama 45 dakika kadar pişirilir ve dinlendirildikten sonra tüketime hazır hale gelir.

Not: Ekşi maya kullanılarak hazırlanan ekmek geç bayatladığı için ve uzun süre tazeliğini koruduğu için daha fazla tercih edilmektedir.

Çavdar Ekmeği
Malzemeler:
500 gr çavdar unu



2 çk. Sıvı yağ
1 tk. Tuz
1 tk. Şeker
Aldığı kadar su
Ekşi maya yada 1 paket yaş maya

Yapılışı: Tüm malzemeler bir kap içinde konur ve daha sonra aldığı kadar su eklenerek hamur kıvamına getirilir. Hamurun üzerine temiz bir bez koyulur ve kabarması beklenir. Hamur kabardıktan sonra bir süre daha yoğrulur. Son aşamada sini yağlanır ve hamur pişeceği siniye konur. Fırında ortalama kırk dakika kadar pişirilir ve fırından çıktıktan sonra ortalama yirmi dakika kadar dinlendirilip servise hazır hale gelir.

5.Sonuç ve Öneriler

Kırklareli köylerinde yapılan bu araştırmada insanlar evde ekmek yapmayı tercih ettiği sonucuna varılmıştır. İş yoğunluğunun olduğu dönemlerde nadiren hazır ekmek satın alınmakta ve tüketmektedir. Kırklareli Mutfağı'nda mısır ekmeği, nohutlu ekmek, patatesli ekmek, zeytinli ekmek, köy ekmeği ve çavdar ekmeği olmak üzere 6 çeşit ekmek yapılmaktadır. En fazla üretilen ekmek çeşidi köy ekmeği, en az üretilen ekmek çeşidi ise zeytinli ve çavdar ekmeğidir. Ekmek yapımında ekşi maya kullanılmaktadır. Ekşi mayanın tercih edilme nedeni ekmeğin doyurucu, lezzetli olması ve uzun süre bozulmadan dayanmasıdır. Görüşmeye katılanlar büyüklerinden gördükleri şekilde ekmek yapmaktadır.

Ekşi maya ile üretilen ekmekler insan sağlığı için daha faydalıdır. İnsanların daha sağlıklı olması için, evde ekşi maya ile ekmek üretimi ve tüketiminin artması için bilgilendirme çalışmaları yapılmalıdır. Bunun için yöresel mutfaklar konusunda çalışmalar yapılmalıdır. Yapılan çalışmalar broşür ve kitap haline getirilerek çok sayıda insanın sağlıklı yiyecekler konusunda bilinçlenmesi sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

Akgün F. B. (2007) "Ekşi Hamur Tozu Eldesi ve Ekmek Üretiminde Kullanılabilme Olanakları", Pamukkale Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Denizli.

Altunışık R., Coşkun R., Bayraktaroğlu S. Yıldırım E. (2012). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı. İstanbul: Sakarya Yayınevi.

Axel C., Rocker B., Brosnan B., Zannini E., Furey A., Coffey A., Arendt E. K. (2015) "Application of Lactobacillus amylovorus DSM19280 in gluten-free sourdough bread to improve the microbial shelf life", Food Microbiology, 47, ss. 36-44.

Aydın F. ve Yıldız Ş. (2011)" Sivas İlinde Ekmek Tüketim Alışkanlıkları ve Tüketici Dinamiklerinin Belirlenmesi", Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 42 (2) ss. 165-180.

Aydoğan S., Akçacık A. G., Şahin M. (2012)" Ekmeklik Buğday Unlarında Alveograf, Farinograf ve Miksografta Ölçülen Reolojik Özellikler Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi", Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 7 (1) ss.74-82

Bal, H. (2016). Nitel Araştırma Yöntem ve Teknikleri (Uygulamalı-Örnekli), İstanbul: Sentez Yayıncılık.

Bal Z. E., Sayılı, M., Gözener B. (2013)" Tokat İli Merkez İlçede Ailelerin Ekmek Tüketimleri Üzerine Bir Araştırma", Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 30 (1), ss. 61-69.

Baysal, A. (1993) Beslenme Kültürümüz, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları: 1230,

Beşirli H. (2010) "Yemek, Kültür ve Kimlik", Milli Folklor, 22 (87), ss. 159-169.

Bozok D. ve Kahraman D. (2015) "Kırsal Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Rolü: Balıkesir", Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 5 (1), ss. 85-90.

Coşkuner Y., Karababa E., Ercan R. (1999) "Düz Ekmeklerin Üretim Teknolojileri", Gıda, 24(2), ss. 89-97.

Dizlek, H., Çimer, H. Ve Altan, A. (2013) "Vital Buğday Gluteninin ve L-Askorbik Asidin Buğday Kepekli Ekmeklerin Bazı Nitelikleri Üzerine Etkileri", Gıda, 38 (2), ss.87-94

Doğan, İ. S. ve Yıldız, Ö. (2009)"Ekmek Makinelerinde Kullanılan farklı Bileşen Seviyelerinin Ekmek Kalitesi üzerine Etkisi", Gıda, 34 (5), ss. 295-301.

Erdemir Z. Ş. (2015) "Isıl İşlem Görmüş Bakla Ezme Tozunun Ekmek Yapımında Kullanımı ve Kalite Kriterleri Üzerine Etkisinin Belirlenmesi" Pamukkale Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Ana Bilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Denizli.

Erkmen, O. (2010). Gıda Mikrobiyolojisi. Efil Yayınevi, İkinci Baskı, Gaziantep.

Ertugay Z. (2010) "Buğday, Un ve Ekmek Arasındaki Kalite İlişkileri", Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, ss. 165-176.

Gänzle M. G. (2014)" Enzymatic and Bacterial Conversions During Sourdough Fermentation", Food Microbiology, 37 (2014) 2-10.

Gül H., Gül M., Şirikçi B. S., Acun S., Hayıt F. (2015) "Isparta İlindeki Geleneksel ve Serbest Tip Ekmek Üreten Fırınların Teknik ve Ekonomik Yönden Değerlendirilmesi", Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 10(2), ss.11-21.

Gül H., Özçelik S., Sagdıç O., , Certel M. (2005) "Sourdough bread production with lactobacilli and S. cerevisiae isolated from sourdoughs", Process Biochemistry, 40, ss. 691–697.

Güler S. (2010) "Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi", 26, ss. 24-30.

Hatioğlu A., Zengin B., Batman O. (2013) "Yöresel Yemeklerin, Kırsal Turizm İşletmeleri Mönülerinde Kullanım Düzeyleri: Gelveri Örneği", Uluslar arası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 3 (1), ss. 6-11.

Kalkışım Ö., Özdemir M., Bayram O. (2012) " Ekmek Yapım Teknolojisi", Ankara: Sage Yayıncılık.

Kotancılar G., Çelik İ. Ertugay Z. (1995) " Ekmeğin Besin Değeri ve Beslenmedeki Önemi", Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 26 (3), 431-441.

Mondal, A. ve Datta, A. K. (2008). "Bread baking-Areview", Journal of Food Engineering, 86, ss. 465-474.

Moroni A. V. , Bello F. D., Arendt E. K. (2009) "Sourdough in gluten-free bread-making: An ancient technology to solve a novel issue?", Food Microbiology,26, ss. 676–684.

Nuhoğlu F. (2005). Türk Mutfağında Yedi Renk. İstanbul: Pozitif Yayıncılık.

Özberk F., Karagöz A., Özberk İ., Atlı A. (2016) "Buğday Genetik Kaynaklarından Yerel ve Kültür Çeşitlerine; Türkiye'de Buğday ve Ekmek", Tarla Bitkileri Merkez Araştırma Enstitüsü Dergisi, 25 (2), ss. 218-233.

Özgüdenli O. G. ve Uzunağaç Ö. (2014) "Selçuklu Anadolusu'nda Ekmek", Marmara Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 1 (1), ss. 43-72.

Paşa R. H. (2010) "Tam Buğday Ekmeği Üretimi Üzerine Bir Araştırma", Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Ana Bilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Petel C., Onno B., Prost C. (2017) "Sourdough volatile compounds and their contribution to bread: A review", Trends in Food Science & Technology, 59, ss. 105-123.

Torrieri E., Pepe O., Ventorino V., Masi P., Cavella S. (2014) "Effect of sourdough at different concentrations on quality and shelf life of bread", LWT - Food Science and Technology, 56, ss. 508-516.

Vuyst L. D., Harth H., Kerrebroeck S. V., Leroy F. (2016) " Yeast Diversity of Sourdoughs and Associated Metabolic Properties and Functionalities", International Journal of Food Microbiology, 239, ss. 26–34.

Yıldırım A. ve Şimşek H. (2008). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yiğit A. H. ve Doğan İ. S. (2010) "Ağrı İlindeki Ekmek Fırınlarının Bazı Özelliklerinin Değerlendirilmesi Üzerine Bir Anket Çalışması", Yüzüncüyıl Tarih Bilimleri Dergisi, 20 (2), ss. 75-87.

Yurdatapan S. (2014) "Türkiye'de Ekmek Sanayi ve Ekmek Tüketim Eğilimleri: Edirne İli Merkez İlçe Örneği", Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ

Ek 1. Kırklareli Mutfağında Bayat Ekmeklerin Değerlendirilmesi İle İlgili Görüşme Yapılan Köyler

S. No	ADI
1	Bayramdere Köyü
2	Düzorman Köyü
3	Karakoç Köyü
4	Kızılcıkdere Köyü
5	Demircihalil Köyü
6	Eskitaşlı Köyü
7	Karahamza Köyü
8	Kayalı Köyü
9	Cevizöy Köyü
10	Ahmetçe Köyü
11	Asılbeyli Köyü
12	Deveçatağı Köyü
13	Dereköy
14	Kapaklı Köyü
15	Erikler Köyü
16	Geçitağzı Köyü
17	Koruköy
18	Kadıköy
19	İslambeyli Köyü
20	Kavakdere Köyü.

Ek 2. Katılımcılara Yöneltilen Sorular
1- Ekmeği evde mi yapıyorsunuz? Yoksa hazır mı alıyorsunuz? Neden?
2- Hangi sıklıkla ekmek yapıyorsunuz?
3- Hangi çeşit ekmekleri, nasıl hazırlıyorsunuz, nasıl pişiriyorsunuz?
4- Ne tür maya kullanıyorsunuz? Neden?
5- Ekmek yapmayı nasıl ve kimden öğrendiniz?
6- Kendinizin geliştirdiği bir ekmek reçetesi var mı?
7- Evde ekmek yapmak zor mu? Evde ekmek yapmak isteyenlere tavsiyeleriniz neler?

Teknoloji Kullanım Düzeylerine Göre Süt Sığırcılığı Yapan Aile İşletmelerinin Karşılaştırılması; Konya İli Örneği

Aysun YENER[1] **Cennet OGUZ**[2]

[1]Selçuk Üniversitesi/Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü

[2]Selçuk Üniversitesi/Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü

Özet: Araştırmada, Konya ili süt sığırcılığı yapan aile işletmelerinin teknoloji kullanım düzeylerine göre karşılaştırılması amaçlanmıştır. Örnek hacmi tesadüfü örnekleme yöntemlerinden tabakalı örnekleme yöntemine göre 128 olarak tespit edilmiştir. Araştırma alanında süt sığırcılığı yapan işletmeler teknoloji kullanım düzeyine göre sınıflandırılmıştır. İşletmelerde yeni teknoloji olarak süt sağım ünitesi, soğutma tankı, yem karma makinası, kamera, sütün değerlendirilme şekli, hayvan başına yem bitkisi yetiştirme durumu ve sivil toplum kuruluşuna üyelik durumu ele alınmıştır. İşletmelerin yenilikleri benimsemelerinde etkili olduğu var sayılan 24 bağımsız değişkene faktör analizi yapılarak 8 değişkene indirgenmiştir. Bu değişkenlere kümeleme analizi yapılmıştır. Kümeleme analizine göre 2 grup işletme tespit edilmiştir. Birinci grup işletmelerin %42,59'u aile işletmesi olup %40,74'ü nitelikli işletmedir. İkinci grup işletmelerin %55,41'i aile işletmesi olup %50,00'si nitelikli işletmedir. Bölgede tarımsal gıdanın sürdürülebilirliği açısından aile işletmeleri önemli olup, araştırma sonucunda bu yönde öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar kelimeler: Aile işletmeleri, Süt sığırcılığı, Teknoloji

Comparıson of Family Farming Engaged in Daıry Farming Accordıng to Technology Usage Levels; A Case of Study in Konya

Abstract: In the study, it was aimed to compare the family businesses of dairy cattle in Konya according to technology usage levels. The sample volume was found to be 128 according to stratified sampling method from random sampling methods. In the research area, dairy cattle companies are classified according to technology usage level. The new technologies in the enterprises are milking automation, cooling tank, automation watering, feed box, camera, feed forage production per animal and membership to civil society organization. 8 variables were obtained by performing 24 independent factor analysis of factors, which are considered to be effective in adopting innovations of enterprises. Clustering analysis was performed on these variables. According to the clustering analysis, 2 group enterprises were identified. 42,59% of the first group enterprises are family farming and 40,74% are qualified enterprises. Of the second group of enterprises, 55,41% are family farming and 50,00% are qualified enterprises. Family farming is important in terms of sustainability of agricultural food in the region and as a result of this research suggestions have been developed.

Keywords: Family Farming, Dairy Farm, Tecnology

1. Giriş

Dünyada 3 milyardan fazla insan kırsal alanda yaşamaktadır. Bunun yaklaşık 2,5 milyarı geçimini tarım sektöründen karşılamaktadır. Birçok ülke için özellikle de gelişmekte olan ülkeler için tarım sektörü ekonomik büyümenin en önemli unsurudur. Gelişmekte olan ülkeler dünya tarımsal üretimin dörtte üçünü oluşturmakta ve bu ülkelerin çoğunda tarım sektörü GSYH'lalarının %30'unu oluşturmaktadır (FAO, 2013). Türkiye'de ise toplam nüfusun %23'ü kırsal alanda yaşamakta ve GSYH'nın önemli bir kısmını tarım sektörü oluşturmaktadır. Tarım sektörü içinde hayvancılık sektörü ise tarımsal işletmelerin sigortasıdır. Hayvansal üretim dünyada olduğu gibi Türkiye'de de artan nüfusun yeterli ve dengeli beslenmesini sağlaması ve birçok alanda endüstri hammaddesi olarak kullanılması açısından oldukça önemli bir üretim dalıdır (Yener, 2017a; Polat, 2015; Yurdakul ve Ören, 1995). Ayrıca hayvancılık, kırsal alanlarda yaşanan işsizliği azaltmak, köyden kente göçün önlenmesi sağlamaktadır (Yener, 2017a; Bayraç ve Çemrek, 2011; Öztürk ve Karkacıer, 2008). Ekonomik yönden ise, ülkenin dengeli kalkınmasına katkıda bulunmak, ulusal geliri artırmak amacı ile faaliyetleri yürüten et, süt, deri, kozmetik, ilaç sanayi gibi sektörlere hammadde sağlamaktır (Yener, 2017a). Türkiye'de hayvansal üretim değerlerine bakıldığı zaman toplam sağılan hayvan sayısı 25.199.563 baştır. Bu sağılan hayvan varlığının %60,12'si koyun, %21,55'i sığır, %18,08'i keçi ve % 0,25'i mandadır. Sağılan hayvan sayısının büyük bir kısmı kültür ırkıdır. Türkiye toplam süt üretim miktarı 18.489.161 tondur. Bu sütün %90,79'u inek sütü, %6,28'i koyun sütü, %2,59'u keçi sütü ve %0,34'ü manda sütüdür. Konya ili Türkiye toplam hayvan sayısının %5,34'ünü, sağılan hayvan sayısının %4,73'ünü ve üretilen süt miktarının %5,25'ini oluşturmaktadır (TUİK, 2018, Yener,

2017a). Konya ili süt verimi bakımından Türkiye'de ilk sıradadır. Türkiye'de süt sığırlarında ortalama süt verimi 2.803 litre, kültür ırkı hayvanlardan 3.884 litre, melez ırk hayvanlardan 2.720 litre, yerli ırk hayvanlardan ise 1.316 litre ortalama süt elde edilmektedir (Gümüş, 2015). FAO verilerine göre 2013 yılı Türkiye ortalama inek başına süt verimi yıllık 2.970 litre verime ulaşılmasına karşın AB-28 ve ABD ortalamasının altında yer almaktadır (FAO, 2016). Süt veriminin arttırılması hayvansal üretimin gelişmesi ile sağlanabilir. Hayvansal üretimin gelişmesi için teknolojinin yakından takip edilmesi ve uygulanması gerekmektedir. Teknolojiye adaptasyon işletmelerinde hayvan başına verim artışı bu sayede işletmelerin gelirlerini ve dolayısıyla işletmelerin refah düzeyini arttıracaktır (Yener, 2017a). İşletmelerin teknolojiye ayak uydurması işletmenin ve işletmecinin özelliklerine bağlıdır. Bu bağlamda çalışmada teknoloji kullanım düzeylerine göre süt sığırcılığı yapan işletmeler kümeye ayrılmıştır ve aile işletmelerinin karşılaştırılması yapılmıştır.

2. Materyal yöntem

Araştırmanın ana materyalini Konya ili süt sığırcılığı işletmelerden anket yoluyla toplanan birincil veriler oluşturmaktadır. Ayrıca, konu ile ilgili daha önce yapılmış olan araştırmalar ile ilgili kurum ve kuruluşların yapmış olduğu verilerden de yararlanılmıştır. Araştırmada işletmelerden toplanan bulguların doğruluğunu arttırmak ve popülasyondaki farklı bölümlerin yeterince temsil edebilmesini sağlamak amacıyla basit tesadüfü örnekleme yönteminden tabakalı örnekleme metodu kullanılmıştır (Yamane, 1967; Güneş ve Arıkan, 1985). Örnek hacmi %95 güven aralığında, %5 hata payı ile 128 olarak hesaplanmış ve örnek hacminde yer alan işletmeler tesadüfen gönüllülük ilkesine göre seçilmiştir.

Çizelge 1. Süt Sığırcılığı Yapan işletmelerin hayvan sayısına göre dağılımı (Örnek Hacmi)

İşletme Genişlik Grupları	Örnek Hacmi (adet)
0-25	84
26-75	29
76-+	15
Toplam	128

Süt sığırcılığı yapan işletmelerin teknoloji kullanım durumları basit yüzde hesapları ile verilmiştir. İşletmelerde teknoloji olarak süt sağım ünitesi, soğutma tankı, yem karma makinası, kamera, sütün değerlendirilme şekli, hayvan başına yem bitkisi yetiştirme durumu ve sivil toplum kuruluşuna üyelik durumu ele alınmıştır. İşletmelerin yenilikleri benimsemelerinde etkili olduğu var sayılan değişkenlere faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi belirli sayıdaki bağımlı değişkenlerin değişiminin daha az sayıdaki bağımsız değişkenler (veya faktörler) yardımıyla açıklanmasıdır (Yurdakul, 1974). Genel faktör modelinin birçok şekilleri vardır. En yaygınları "common factor analysis" ve "component factor analysis"'dir. Faktör modelinin seçimi araştırmanın amacına bağlıdır. Faktör analizinin matematiksel modeli, standardize edilmiş i değişkeni için şu şekildedir:

$$X_i = Ai1F1 + Ai\ 2\ F2 + ... + A\ ik\ Fk + U$$

Bu eşitlikte F'ler, genel faktörler; U, Unique faktör ve A'lar ise k adet faktörü birleştiren sabitlerdir. Unique faktörlerin birbirleriyle ve genel faktörlerle korelâsyonlarının olmadığı kabul edilmektedir (Gül, 1995). Faktörler gözlenen değişkenlerden çıkartılmaktadırlar ve onların doğrusal bileşenleri olarak tahmin edilebilirler. J'inci faktör olan Fj'nin genel tahmin eşitliği:

$$Fj = \sum W_{ji} X_i = W_{ji} X1_i + W_{j2} X_2 + ... + W_{jp} X_p$$

Wi, skor sayılarını ve p, değişken sayısını göstermektedir. Çalışmada işletmelerin yenilikleri benimsemelerinde etkili olduğu var sayılan değişkenlere 24 bağımsız değişken faktör analizi ile 8 değişkene indirgenmiştir. Elde edilen 8 değişkene kümeleme analizi yapılmıştır.

Kümeleme analizi, birbirine benzer olan bireylerin, benzerlik veya uzaklık ölçülerine göre göreceli olarak homojen gruplar altında toplanmasını amaçlayan çok değişkenli bir istatistiksel analiz yöntemidir (Ness 2000; Kurtuluş 2004). Çalışmada faktör analizi sonucu elde edilen veriler öncelikle K-Means Cluster yöntemi ile analiz edilmiş ve iki kümeye ayrılmıştır. Daha sonra ile iki küme olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca çalışmada chi-square analizleri, frekans tabloları ve yüzde hesapları yapılmıştır.

İşletmelerde, sağılan hayvan sayısı 20 başın üzerinde, ortalama süt verimi 20 kilogramın üzerinde olan, süt sağım ünitesi, soğutma tankı bulunan ve BBHB birimi başına ortalama 3 dekar alanda yem bitkisi yetiştiren işletmeler "Nitelikli İşletmeler" 20 başın altında sağılan hayvanı olan, söz konusu faktörlerden bir veya bir kaçını

bulundurmayan işletmeler ise "Köy Bazlı işletmeler" olarak tanımlanmıştır (Yener, 2013; Oğuz ve Yener, 2017). Çalışmada işletmelerin nitelikli işletme ve köy-bazlı işletme olarak gruplandırılması bu tanıma göre yapılmıştır.

3. Araştırma Bulguları

Konya ili için aile işletmeciliği; cinsiyet gözetmeksizin, aile fertleri tarafından yapılan, yönetimi işletme sahibine ait, 0-500 dekar arasında araziye ya da 0-49 büyükbaş hayvan varlığına sahip olan, bitkisel, hayvansal ve karışık üretim yapan, toplam arazi miktarının %80'den fazlası mülk arazi, 15-49 yaş işgücü potansiyeli %70'in üzerinde olan, toplam gelirin %85'inden fazlasını tarımsal gelirden elde eden ve toplam sermaye içinde öz sermaye oranı %90'nın üzerinde olan işletmelerdir. Bu tanıma göre araştırma bölgesinde bulunan işletmelerin %50'si aile işletmesidir. Aile işletmeleri tarımsal üretimin sürdürülebilirliği açısından oldukça önemlidir (Yener, 2017b). Toplam işletmelerde ve aile işletmelerinde kullanılan teknolojiler çizelge'2de verilmiştir. İşletmelerin tamamı suni tohumlama yaptırmakta ve %79,69'u açık-yarı açık ahıra sahiptir. İşletme genişlik grupları arttıkça işletmelerde kullanılan teknolojilerde değişmektedir. İşletmelerin genişlik grupları ile teknoloji kullanım durumları arasında Chi-square analizine göre anlamlı bir ilişki bulunmuştur (X^2=79,238, p<0,01). Aile işletmelerinin de tamamı suni tohumlama yaptırmakta ve %79,69'u açık-yarı açık ahıra sahiptir. Toplam işletmeler ile aile işletmeleri teknoloji kullanım düzeyi bakımından benzer özellikler taşımaktadır.

Çizelge 2. İşletmelerde Kullanılan Teknolojiler

Teknolojiler	Toplam İşletmeler				Aile İşletmeleri			
	Evet		Hayır		Evet		Hayır	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Hayvan Borsası İle İlgilenme Durumu	43	33,59	85	66,41	21	32,81	43	67,19
Veteriner Hizmetlerden Yararlanma	69	53,91	59	46,09	41	64,06	23	35,94
Silaj Yapma	73	57,03	55	42,97	37	57,81	27	42,19
Damızlık Sertifikası	74	57,81	54	42,19	32	50	32	50
Yem Bitkisi Üretme Durumu	68	53,13	60	46,88	34	53,13	30	46,88
Hayvan Sigortası	58	45,31	70	54,69	24	37,5	40	62,5
Suni Tohumlama	128	100	0	0,00	64	100	0	0,00
Fabrika Yemi	64	50,00	64	50,00	39	60,94	25	39,06
Yem Katkı Maddesi	61	47,66	67	52,34	31	48,44	33	51,56
Otomatik Suluk	71	55,47	57	44,53	35	54,69	29	45,31
Otomatik Yemlik	66	51,56	62	48,44	27	42,19	37	57,81
Minerel Madde	61	47,66	67	52,34	30	46,88	34	53,13
Kuru-Kaba Yem Muamelesi	60	46,88	68	53,13	23	35,94	41	64,06
Banka Ve Kooperatif Kredisi	74	57,81	54	42,19	42	65,63	22	34,38
Barınak Şekli	102	79,69	26	20,31	51	79,69	13	20,31
Sağım Makinesi	44	34,38	84	65,63	26	40,63	38	59,38
Sağım Ünitesi	82	64,06	46	35,94	37	57,81	27	42,19
Soğutma Tankı	67	52,34	61	47,66	37	57,81	27	42,19
Kamera Sistemi	28	21,88	100	78,13	13	20,31	51	79,69
Hayvanlarda ÇİP	2	1,56	126	98,44	0	0	64	100

İncelenen işletmelerde işletmelerin aile işletmesi olup olmama durumuna göre yeni teknolojileri kullanma ve benimsemelerinde etkili olan faktörler çizelge 3'de verilmiştir.

Çizelge 3. İncelenen İşletmelerinin Yeni Teknolojileri Kullanma ve Benimsemelerinde Etkili Olan Faktörler

Yeniliklerin Benimsemesinde Etkili olan Faktörler	Aile İşletmesi Olma Durumu	
	0	1
Gazete Okuma Sıklığı	1,66	2,72
Süt Sığırcılığı İle İlgili Gazete Okuma Sıklığı	1,31	2,20
Radyo Dinleme Sıklığı	1,33	2,41
Süt Sığırcılığı İle İlgili Radyo Dinleme Sıklığı	2,72	1,83
Televizyon İzleme Sıklığı	2,20	4,69
Süt Sığırcılığı İle İlgili Televizyon İzleme Sıklığı	2,41	3,70
İnternet Kullanma Sıklığı	1,83	3,44
Süt Sığırcılığı İle İlgili İnternet Kullanma Sıklığı	4,69	2,50
Köydeki Diğer Çiftçiler İle Görüşme Sıklığı	3,70	4,17
Süt Sığırcılığı İle İlgili Köydeki Diğer Çiftçiler İle Görüşme Sıklığı	3,44	3,73
İlçe Merkezine Gitme Sıklığı	2,50	4,25
İl Merkezine Gitme Sıklığı	4,17	3,09
Tarım İl/İlçe İle Görüşme Sıklığı	3,73	2,73
Süt Sığırcılığı İle İlgili Tarım İl/İlçe İle Görüşme Sıklığı	4,25	2,70
Veteriner Hekim İle Görüşme Sıklığı	3,09	3,02
Süt Sığırcılığı İle İlgili Konferansa Katılma Sıklığı	2,73	1,95
Süt Sığırcılığı İle İlgili Eğitime Katılma Sıklığı	2,70	1,66
Ziraat Fakültesi Elemanları İle Görüşme Sıklığı	3,02	1,31
Süt Sığırcılığı İle İlgili Ziraat Fakültesi Elemanları İle Görüşme Sıklığı	1,95	1,33
1: Aile İşletmesi		
0: Aile İşletmesi Değil		

(5: Hergün, 4: Haftada birkaç kere, 3: Ayda birkaç kere, 2: Yılda birkaç kere, 1: Neredeyse hiç)

Aile işletmelerinde televizyon programları (4,69/5), ilçe merkezine gitme durumu (4,25/5), diğer çiftçilerin uygulamaları (4,17/5), internet kullanımı (3,44/5) ve serbest veteriner hekim (3,02/5) yeni teknolojileri kullanma ve benimsemelerinde etkili faktörler olarak öne çıkmaktadır. Diğer işletmelerde ise, internet kullanımı (4,69/5), Tarım il/ilçe müdürlükleri ile görüşme (4,25/5) ve il merkezinde bulunan ilaç, gübre v.b. bayiler ile görüşme (4,17/5) yeni teknolojileri kullanma ve benimsemelerinde etkili faktörler olarak öne çıkmaktadır. Aile işletmelerinde yenilikleri benimsemeleri için geniş çiftçi kitlelerine hızlı bir şekilde ve düşük maliyet ile ulaşılabilin bilişim araçlarından faydalanılması gerekmektedir.

İşletmelerde yenilikleri benimseme düzeylerini etkileyen faktörlerin analizini yapmak için gelir, yaş, eğitim, hayvan sayısı, yeni teknolojileri kullanma ve benimsemelerinde etkili olan faktörlerden oluşan 24 değişkene faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi çizelge 4'te verilmiştir.

Çizelge 4. İncelenen İşletmelerinde Teknoloji Kullanım Düzeylerine Etki Eden Faktörlerin Analizi

Yeniliklerin Benimsemesinde Etkili olan Faktörler	1. Faktör	2. Faktör	3. Faktör	4. Faktör	5. Faktör	6. Faktör	7. Faktör	8. Faktör
Gelir	0,545	-0,528	-0,277	0,309	-0,206	0,188	0,093	0,185
Yaş	-0,079	0,064	0,232	-0,105	0,151	0,459	0,426	0,504
Eğitim	0,339	-0,022	-0,234	0,35	-0,042	-0,445	0,233	-0,291
Hayvan Sayısı	0,558	-0,51	-0,229	0,35	-0,252	0,201	0,073	0,178
Gazete Okuma Sıklığı	0,471	0,319	0,026	0,373	0,384	-0,264	0,111	0,261

Süt Sığırcılığı İle İlgili Gazete Okuma Sıklığı	0,541	0,486	0,027	0,321	0,24	-0,05	-0,09	0,045
Radyo Dinleme Sıklığı	0,157	0,482	0,008	0,555	-0,024	0,279	-0,163	-0,061
Süt Sığırcılığı İle İlgili Radyo Dinleme Sıklığı	0,254	0,527	-0,018	0,374	0,029	0,405	-0,346	-0,116
Televizyon İzleme Sıklığı	0,064	0,105	0,435	0,058	0,263	0,041	0,642	-0,159
Süt Sığırcılığı İle İlgili Televizyon İzleme Sıklığı	0,289	0,217	0,607	0,076	-0,014	0,055	0,266	-0,24
İnternet Kullanma Sıklığı	0,61	-0,327	-0,029	0,106	0,425	-0,262	-0,123	-0,016
Süt Sığırcılığı İle İlgili İnternet Kullanma Sıklığı	0,681	-0,164	0,075	0,16	0,372	-0,102	-0,119	0,024
Köydeki Diğer Çiftçiler İle Görüşme Sıklığı	-0,06	0,017	0,602	0,194	-0,329	-0,259	-0,189	0,408
Süt Sığırcılığı İle İlgili Köydeki Diğer Çiftçiler İle Görüşme Sıklığı	0,097	0,053	0,71	0,127	-0,335	-0,146	-0,15	0,154
İlçe Merkezine Gitme Sıklığı	0,051	-0,336	0,289	-0,311	0,284	-0,249	-0,267	0,22
İl Merkezine Gitme Sıklığı	0,071	-0,008	0,005	-0,308	0,603	0,217	-0,116	0,23
Tarım İl/İlçe İle Görüşme Sıklığı	0,578	-0,299	0,355	-0,295	0,031	0,303	-0,181	-0,228
Süt Sığırcılığı İle İlgili Tarım İl/İlçe İle Görüşme Sıklığı	0,555	-0,228	0,339	-0,261	0,033	0,303	-0,137	-0,344
Veteriner Hekim İle Görüşme Sıklığı	0,46	-0,099	0,493	-0,023	-0,264	-0,12	0,042	-0,067
Süt Sığırcılığı İle İlgili Konferansa Katılma Sıklığı	0,582	0,171	-0,151	-0,446	-0,081	-0,135	0,095	-0,064
Süt Sığırcılığı İle İlgili Eğitime Katılma Sıklığı	0,636	0,286	-0,185	-0,401	-0,128	-0,219	0,07	0,046
Ziraat Fakültesi Elemanları İle Görüşme Sıklığı	0,641	0,437	-0,244	-0,363	-0,253	0,018	0,001	0,166
Süt Sığırcılığı İle İlgili Ziraat Fakültesi Elemanları İle Görüşme Sıklığı	0,636	0,446	-0,183	-0,343	-0,25	0,058	0,048	0,163
Nitelikli İşletme/Köy Bazlı İşletme	0,525	-0,538	-0,138	0,204	-0,133	0,123	0,13	0,069

Faktör analizi yapılan bağımsız değişkenler, işletmelerin nitelikli ve köy bazlı işletme olmaları, işletmecinin geliri, yaşı, eğitim seviyesi, hayvan sayısı, işletmecinin süt sığırcılığı ile ilgili gazete ve dergi okuma sıklığı, radyo dinleme ve televizyon izleme sıklığı, internet kullanım sıklığı, köydeki diğer çiftçiler ile görüşme sıklığı, il/ilçe merkezine gitme sıklığı, tarım il/ilçe müdürlükleri ile görüşme sıklığı, serbest veteriner hekim ile görüşme sıklığı, süt sığırcılığı ile ilgili konferansa katılma sıklığı, eğitim faaliyetine katılma sıklığı, ziraat fakültesi elemanları ile görüşme sıklığıdır. Faktör analizinin sonucuna göre, promax rotasyon ile yapılmış temel bileşenler analizi sonucu özdeğeri (Eigenvalue) birin üzerinde olan 8 bağımsız değişken tespit edilmiştir. Elde edilen değişkenlere K-Means Cluster analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre işletmeler 2 guruba ayrılmıştır (Çizelge 5). İşletmelerin nitelikli işletme ve köy-bazlı işletme olarak ayrımında kullanılan tanım şu şekildedir. İşletmelerde, sağılan hayvan sayısı 20 başın üzerinde, ortalama süt verimi 20 kilogramın üzerinde olan, süt sağım ünitesi, soğutma tankı bulunan ve BBHB birimi başına ortalama 3 dekar alanda yem bitkisi yetiştiren işletmeler "Nitelikli İşletmeler" 20 başın altında sağılan hayvanı olan, söz konusu faktörlerden bir veya bir kaçını bulundurmayan işletmeler ise "Köy Bazlı işletmeler" olarak tanımlanmıştır (Yener, 2013; Oğuz ve Yener, 2017).

Çizelge 5. Teknoloji Kullanım Düzeylerine Etki Eden Faktörlere Göre İşletmelerin Kümelenmesi

Teknoloji Kullanım Düzeylerine Etki Eden Faktörler	Kümeler	
	1	2
Faktör 1	-,18187	,13272
Faktör 2	,29976	-,21874
Faktör 3	,06503	-,04745
Faktör 4	,40353	-,29447
Faktör 5	-,70364	,51346
Faktör 6	,12491	-,09115
Faktör 7	-,19361	,14129
Faktör 8	,36528	-,26656
Gözlem Sayısı	54	74
Toplam kitledeki oranı (%)	42,19	57,81

Çizelgeden de anlaşılacağı üzere 128 işletmenin %42,19'u birinci kümede, %57,81'i ikinci kümede yer almaktadır. İşletmelerde bulunan hayvan sayısı ile işletme kümeleri arasında Chi-square analizine göre anlamlı bir ilişki bulunmuştur (X^2=104,770, p<0,01). Oluşturulan iki kümeye göre işletme grupları arttıkça yeniliklerin benimsenmesinde etkili olan araçların etkinliği artmaktadır. Aile işletmelerinin kümelere göre dağılımı Çizelge 6'da verilmiştir.

Çizelge 6. Kümelere Göre İşletmelerin Aile İşletmesi Olma Durumu

Aile İşletmesi Olma Durumu	1. Grup		2. Grup		Toplam	Oran
	Sayı	%	Sayı	%		
0	31	57,41	33	44,59	64	50,00
1	23	42,59	41	55,41	64	50,00
Toplam	54	100,00	74	100,00	128	100,00

1: Aile İşletme
0: Aile İşletmesi Değil

İşletmeleri %50'si aile işletmesidir. Birinci kümede bulunan işletmelerin %42,59'u ve ikinci kümede bulunan işletmelerin 55,41'i aile işletmesidir. Aile işletmelerinin yarısından çoğu ikinci kümede bulunmaktadır. Ve ikinci kümede nitelikli işletme oranı da birinci kümeye göre yüksektir (Çizelge 7).

Çizelge 7. Kümelere Göre İşletmelerin Nitelikli ve Köy-Bazlı Olma Durumu

	1. Grup		2. Grup		Toplam	Oran
	Sayı	Oran	Sayı	Oran		
0	32	59,26	37	50,00	69	53,90
1	22	40,74	37	50,00	59	46,10
Toplam	54	100,00	74	100,00	128	100,00

1: Nitelikli İşletme
0: Köy Bazlı İşletme

Toplam işletmelerin %46,10'u nitelikli işletme ve %53,90'ı köy-bazlı işletmedir. Birinci kümede bulunan işletmelerin %40,74'ü ve ikinci kümede bulunan işletmelerin 50,00'si nitelikli işletmedir. Ayrıca birinci kümede bulunan işletmelerin %20,37'si hem aile işletmesi hem de nitelikli işletmedir. İkinci kümede bulunan işletmelerin ise %27,02'si hem aile işletmesi hem de nitelikli işletmedir. Toplam aile işletmelerinin ise %50,00'si nitelikli işletmedir. İşletmelerde bulunan hayvan sayısı ile nitelikli işletme olma durumları arasında Chi-square analizine göre anlamlı bir ilişki bulunmuştur (X^2=86,351, p<0,01). Ayrıca nitelikli işletmeler teknoloji kullanım düzeyi köy-bazlı işletmelere göre daha yüksektir (X^2=47,429, p<0,01). Aile işletmelerinin %50'si nitelikli işletme ve %50'si köy-bazlı işletmedir.

4. Sonuç ve Öneriler

Konya ilinde yapılan araştırmalar ve sonucunda hayvancılığın Türkiye ortalamasının üstünde bir gelişmişlik seviyesinde olduğu söylenebilir. Bu işletmelerin teknoloji kullanım durumlarının oldukça iyi olduğu tespit

edilmiştir. Fakat bölge halkının teknolojiyi işletmelerine tam olarak adapte edememesi ve geleneksel usuller kullanması hayvancılık sektörü gelişimi önünde engel teşkil etmektedir. Hayvancılık sektöründe teknolojinin doğru kullanımı konusunda işletme sahiplerinin bilgilendirilmesi, bilinçlendirilmesi büyük önem taşımaktadır. Ancak yeni teknik ve teknolojilerin işletmeler tarafından kullanılması ülkeden ülkeye ve hatta bölgeden bölgeye farklılık göstermektedir. İşletmelerin özellikleri göz önünde bulundurularak yeni teknolojilere adaptasyonu sağlanmalıdır. Bu özelliklerin başında da işletmelerin aile işletmesi olma durumu ön plana çıkmaktadır. Aile işletmeleri tarımsal üretimin sürdürülebilirliği açısından oldukça önemli bir role sahiptir. Çalışmada da görülüştür ki aile işletmeleri toplam işletmelerin %50'sini oluşturmakta ve bu işletmelerin %50,00'ü nitelikli işletmedir. Nitelikli işletmelerin teknoloji kullanım düzeyi köy-bazlı işletmelere göre yüksektir. Bu yüzden işletmelerin aile işletmesi ve nitelikli işletme olma durumları politika yapıcıların göz önünde bulundurması gereken husustur. Aile işletmelerinde yeniliklerin benimsemesinde geniş çiftçi kitlelerine hızlı bir şekilde ve düşük maliyet ile ulaşılabilin bilişim araçları kullanılmalıdır. Nitekim çalışmada görülmüştür ki işletmelerde teknolojinin benimsenmesinde televizyon çok etkindir. Televizyon programları ile işletmelerin özellikleri göz önünde bulundurularak tanıtımlar yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

Bayraç, H. N., & Çemrek, F. (2011). AB uyum sürecinde Türkiye'de hayvancılık sektörünün yapısal analizi ve geliştirmeye yönelik politikalar. Ekonomik Yaklaşım Kongreler Dizisi–VII. Ankara.

FAO, (2013). 2000 World Census of Agriculture: Analysis and İnternational Comparison of The Results, Food and Agriculture Organization of The United Nations

FAO, (2016). Milk, Fresh Cow, http://faostat3.fao.org/download/Q/QL/E, [19 Haziran 2016].

Gül, A. (1995). Sulamanın GAP Alanında Tarım Sektöründe Üretim Yapısı, Girdi Kullanımı, Verimlilik ve İşletme Gelirleri Üzerine Etkileri. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Adana.

Gümüş, E. (2015). Olası Türkiye–Amerika Birleşik Devletleri Serbest Ticaret Anlaşmasının Türkiye Hayvancılık Sektörüne Olası Etkileri. AB Uzmanlık Tezi, TC Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 136s, Ankara.

Güneş, T., & Arıkan, R. (1985). Agricultural Economics Statistics. Ankara University Faculty of Agriculture Journal, 924.

Kurtuluş, K., Araştırmaları, P., & Yayıncılık, L. (2004). Genişletilmiş 7. Basım, İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Ness, M. (2000). Multivariate Techniques in Marketing Research. Curso de Especializacion Postuniversitaria en Marketing Agroalimentario, CHIEAM, Spain.

Oğuz, C., & Yener, A. (2017). Konya İli Süt İşletmelerinin Ekonomik Faaliyet Sonuçları Ve Yenilikleri Benimseme Düzeyleri. Coordinatorship of Scientific Research Projects, Research Project (Project No: 15401020).

Öztürk, D., & KARKACIER, O. (2008). Süt sığırcılığı yapan işletmelerin ekonomik analizi (Tokat ili Yeşilyurt ilçesi örneği). Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 2008(1).

Polat, M. (2015). Hayvancılık sektörünün TRA2 Bölgesinin ekonomik kalkınması üzerine etkileri. International Journal of Social Sciences and Education Research, 3(2), 631-643.

TUİK, 2018. http://www.tuik.gov.tr/Start.do (Erişim Tarihi: 10.09.2018).

Yamane, T. (1967). Elementary sampling theory.

Yener, A. (2013). Konya ili Ereğli ilçesi süt işletmelerinin ekonomik faaliyetleri ve yenilikleri benimseme düzeyleri(Doctoral dissertation, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü).

Yener, A. (2017a). Konya ilinde süt sığırcılığı yapan aile işletmelerinde yeniliklerin benimsenmesi ve yayılmasına etki eden faktörler (Doctoral dissertation, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü).

Yener, A. (2017b). The Importance and Place of Family Farming in The World and in Turkey. İnternational Conferance on Literature, History, Humanities and Social Sciences (LHHSS-17).

Yurdakul, O. (1974). Adana ili koyun besiciliği ekonomisi. Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Adana, 235.

Yurdakul, O., & Ören, N. (1995). Türkiye Hayvancılığına Uygulanan Ekonomi Politikaları. Türkiye Hayvancılığının Yapısal ve Ekonomik Sorunları Sempozyumu, 27-29.

Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Kişilerarası Güvenin Gelişimi

Doç. Dr. Ayşen TEMEL EĞİNLİ[1] **Arş. Gör. Neslihan ÖZMELEK TAŞ**

[1]Ege Üniversitesi/ İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı, aysen.temel.eginli@ege.edu.tr

[2]Ege Üniversitesi / İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı, neslihan.ozmelek.tas@ege.edu.tr

Özet: Son yıllarda çevrimiçi sosyal ağlar çok hızlı bir şekilde kişilerin yaşamına girmiş ve milyonlarca kişi sosyal ağların kullanıcısı olmuştur. Sosyal ağların tercih edilmesinin en önemli sebebi ise, zamandan ve yerden bağımsız bir şekilde iletişim kurma ve bilgi paylaşma sağlama özelliğine sahip olmasıdır.

Bununla birlikte çevrimiçi sosyal ağlarda kişiler arasında gelişen iletişim, birçok zaman yüz yüze iletişimden iletişimin ritüelleri, karşılıklı olması, sürekliliği, niyeti vb. özellikleri açısından farklılaşabilmektedir. Bu anlamda yüz yüze iletişim kurma ve sürdürme için gerekli özelliklerin ortadan kalkması kişilerin çevrimiçi sosyal ağlarda daha fazla iletişim kurmaya yönelmesine sebep olmaktadır.

Kişilerarası güven kavramı, bir kişinin iletişimde/ilişkide olduğu diğer kişinin yeterliliklerine, dürüstlüğüne, gerçekliğine, güvenirliliğine karşı hissettiği inanç olarak tanımlanabilir. Bir diğer ifade ile kişilerarası güvenin gelişimi, kişilerin güvenilirlik, iyilikseverlik, dürüstlük, bütünlük, tahmin edilebilirlik vb. özelliklere sahip olması ile ilişkilendirilmektedir.

Bu çalışmada, çevrimiçi sosyal ağlarda kişilerarası güvenin nasıl geliştiği ve buna ilişkin yaklaşımlar ve çevrimiçi sosyal ağlarda güven kavramının gelişiminin ilişkileri nasıl etkilediği ortaya konulmak istenmektedir. Bu amaçla, amaçlı örneklem yöntemi kullanılarak, çevrimiçi sosyal ağları etkileşimli olarak kullanan 20 katılımcı ile yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler tematik analiz yaklaşımı ile değerlendirilmiştir.

Anahtar kelimeler: Güven, Kişilerarası Güven, Kişilerarası Çevrimiçi Güven, Sosyal Ağlar, Çevrimiçi Sosyal Ağlar

Developing Interpersonal Trust in Online Social Networks

Abstract: In recent years, online social networks have rapidly included people's lives and millions of people have become users of social networks. The most important reason for preferring social networks is the facility to communicate and share information independently of time and a place. In addition to this, most of the time the communication that develops between people in online social networks can become differentiated from face to face communication considering some characteristics such as; the communication rituals, the reciprocity, the continuity, the intention etc.

In this sense, the absence of the necessary features for creating face to face communication and maintaining it leads people to communicate in online social networks much more than face to face communication.The notion of interpersonal trust can be described as a belief that one feels towards the person's competence, honesty, trueness, trustworthiness. In other words, the development of interpersonal trust is related to some specific characteristics of peoples' such as credibility, benevolence, integrity, honesty, predictability, reliability and so on.

In this study, it is aimed to reveal that how interpersonal trust develops in online social networks, and which approaches have been discussed and also, the effect of the development of the notion of trust in online social networks on relationships is wanted to be present. For this purpose, by using the purposive sampling method, the semi-structured interview method was held with 20 participants who use online social networks interactively. The obtained data were evaluated using the thematic analysis approach.

Key Words: Trust, Interpersonal Trust, Interpersonal Online Trust, Social Networks, Online Social Networks.

1. GİRİŞ

Güven, kişilerarası ilişkilerin en temel unsurlarından biri olup, kişilerarası ilişkilerin başlangıcında olduğu gibi, uzun süreli ilişkilerin geliştirilmesinde de belirleyici bir faktördür. Güven, olumlu ve sağlıklı ilişkilerin anahtarıdır. Kişilerarası güven, bir kişinin diğer kişinin inanılırlığına ve dürüstlüğüne güven duyması anlamına gelmekte, çevrim içi sosyal ağlarda da yüz yüze iletişimde olduğu gibi bunu karşılıklı olması istenmektedir. Kişilerarasındaki güven, kişisel amaç ve motivler doğrultusunda oluşmaya başlamakta ve bu amaç ve motivlerin karşılanmasına bağlı olarak gelişim ya da değişim göstermektedir (Simpson, 2007).

Çevrimiçi sosyal ağlar son yıllarda çok büyük bir hızla önem kazanmış, kişilerarası ilişkilerin gerçekleştiği ve sürdürüldüğü bir alan haline gelmiştir. Bunun en önemli nedeni ise, sosyal medya platformlarının (mikro bloglar, wikiler, sosyal ağ siteleri vb.) kişilerarası iletişim, sosyalleşme, profesyonel destek, bilgi paylaşımı, arkadaşlık ağları oluşturma, aktivitelere katılma, işbirliği vb. alanda kişilerin birçok ihtiyacını karşılamasıdır. Buna bağlı olarak da milyonlarca kişi, çevrimiçi profil yaratarak kendisi ile ilgili kişisel bilgilerini sosyal ağında yer alan kişiler ile paylaşmaktadır. Sosyal ağlarda kullanıcılar arasındaki güven ilişkinin niteliğini doğrudan etkilemektedir. Sosyal ağlarda kişilerarası güvenin gelişimi, kişilerin özel bilgilerini paylaşması nedeni ile bu bilgilerin kimler tarafından nasıl kullanılabileceği belirsizlik nedeni ile samimiyet, ortak ilgi, deneyim vb. unsurlara bağlı olmaktadır. Bu çalışmada sosyal ağlarda kişilerarası güvenin nasıl geliştiğini ortaya koymak, sosyal ağlarda kişilerarasında kurulan ilişkilerdeki kişilerin yakınlık düzeyi, ilişkilerin nasıl sürdürüldüğü ve güven ile ilişkisi de açıklanmak istenmektedir.

2. GÜVEN VE KİŞİLERARASI GÜVEN KAVRAMI

Güven evrensel bir sosyal fenomendir. Güven bebeklik dönemiyle yerleşen, sosyalleşme süreci ile kazanılan sosyal bir kapasitedir. Bir kişinin güven kavramı, kişi için ilk etkileşim kurulan önemli diğeri ile yaşamın en erken dönemlerinde gelişmektedir. Bu nedenle güven temel olarak ontolojik bir teminattır. Kişi için doğru koşullar altında geliştirilmiş güçlü bir bağlılık, kaliteli bir etkileşim ve ihtiyaç duyulan bakımın verilmesi ile doğru bir şekilde gelişmektedir (Giddens, 1990).

Güven kavramı, çok boyutlu bir içeriğe sahip olduğu ve farklı sosyal durumlara göre anlamı belirlendiği için tanımlanması oldukça güçtür. Ayrıca ilişkinin gelişiminin farklı aşamalarında farklı derecede önem taşımaktadır. Güven kavramı, genellikle kişinin etkileşim durumlarında diğer kişilerin güvenilir, işbirlikçi, yardımcı vb. özellikleri temelindeki inançları ve tutumları olarak ifade edilebilir (Simpson, 2007). Güven, iki kişi arasında bir ilişkinin gelişmesine ve sürdürülmesine yardımcı olan, bir kişinin diğer kişiye verdiği sessiz bir söz olarak tanımlanmaktadır. Psikolojide güven kavramı mizaç ile ilişkilendirilmekte, sosyolojide güven kavramı kuruma dayalı olarak açıklanmakta, sosyal psikolojide güven kavramı güvenilir inançlar ve niyetler ile ilişkili açıklanmaktadır (Zaltman and Moorman, 1988). Bu bağlamda güven bir kişinin diğer kişi hakkında belirli bir zaman ve belirli bir ortam/bağlam içerisindeki sübjektif inancını ifade etmektedir (Josang et.al. ,2007).

Literatürde güven kavramı, diğer kişinin önemli olduğuna karar vererek onun eylemlerindeki hassasiyeti ve iyi niyeti kabul eden psikolojik bir durumu tanımlamaktadır (Six, 2007). Güven kavramı, kişi ve diğer kişi/kişiler arasında gerçekleştiğinde, yani kişi ve kurum arasında kurulmadığı sürece kişilerarası güvene karşılık olarak kullanılabilmektedir. Bu bağlamda kişilerarası güven en temel olarak güven duyan kişinin diğer kişiden beklentileri ve deneyimleri temelinde tanımlanabilir (Govindaraj, &Jaisankar, 2017). Bir diğer ifade ile kişilerarası güven, kişinin kendi için önemli olan diğer kişinin belirli bir durumda gerçekleştirdiği eylemden beklentisi/beklentileri temelinde gelişmekte ve diğer kişinin eylemlerine yönelik içinden gelen niyetini açıklamaktadır (Mayer vd. 1995). Bu noktada kişilerarası güvenin ortaya çıkabilmesi kişinin diğerlerinin niyetlerine ve yeterliliğine olan inancına bağlı olmaktadır (Geller, 1999).

Kişilerarasındaki güveni "sosyal güven" olarak ifade etmekte olan Putnam (1998,2000), sosyal güvenin, sosyal yaşamın kaçınılmaz yağlayıcı gücü olduğunu vurgulamakta, kişilerarasındaki bu güvenin karşılıklılık ve diğeri ile işbirliğine bağlı olarak geliştiğini açıklamaktadır. Kini & Choobineh (1998) ise kişilerarası güvenin kişinin diğerinin doğruluk, dürüstlük, yeterlilik ve karakterine bağlı ve kendisine yararlı ve istekli olduğuna inanması ile ilişkili olarak geliştiğini belirtmektedir. Simpson (2007), kişilerarasında gelişen güvenin kişinin bilişsel süreçleri ile ilgili olduğunu vurgulamakta, kişinin diğer kişinin zaman içinde nasıl davrandığı, beklentilerini karşılamasına yönelik algılamaları, belirli durumlar ve kararlarda en çok yararı sunup sunmadığına ilişkin bir deneyimin değerlendirilmesi olduğunu ifade etmektedir. Paliszkiewicz (2011) ve (Salo & Karjaluoto,2007) kişilerarası güvenin sahip olduğu özellikleri şu şekilde tanımlamaktadır:

- **Kişilerarasıdır:** Birbiri ile etkileşim ya da iletişim halinde olan kişiler arasında gelişir.
- **Durumsaldır:** Belirli bir kişi ile ilişkili ve duruma bağlı gelişir.
- **Gönüllüdür:** Çoğu zaman bir seçimdir, zorunlu değil gönüllülük esası ile, bazen de deneyimsel olarak gelişir.
- **Bilinçlidir:** Her iki tarafta birbirinin ve davranışlarının farkındadır.
- **İlgilidir:** Her iki taraf da birbirini ve davranışlarının sonuçlarını önemser.
- **Dinamiktir ve geçici olabilir:** Kişilerarasındaki güven zaman içinde kurulur, gelişir, azalır ve kaybolur.
- **Eylem odaklıdır:** Her iki taraf açısından ilişkinin amacı ile ilgilidir.

- **Doğrusal bir süreç değildir:** Güven ilişki zarar gördüğünde azalabilir.

1980'li yılların başında güven kavramı kişi ve ilişki odaklı olarak kavramsallaştırılmaya ve ölçümlenmeye çalışılmıştır. Tarihsel süreç içinde kişilerarası güven kavramının kavramsallaştırılmasında mizaca dayalı (dispositional) ve kişilerarası (interpersonal) olmak üzere iki ana yaklaşım ortaya konmuştur. Bu yaklaşımlardan birincisi mizaca dayalı (kişi odaklı) yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre, güvenin gelişiminde iletişimde bulunulan diğer kişi/kişilerle ilgili olarak güvenilir, işbirlikçi, yardımsever gibi olumlu özelliklere ilişkin genel inanç ve tutumlar temel alınmaktadır (Deutsch, 1973). İkincisi ise kişilerarası yaklaşımdır. Buna göre oldukça ikili ilişkiye dayalı kişilerarası bir perspektif olarak ele alınan güven kavramı, güven duyan kişinin ilişkide olduğu belirli kişiye bağlı olarak oluşan psikolojik bir durumu ifade etmek için kullanılmıştır. Bir diğer ifade ile kişisel düşüncelerin, hislerin ve davranışların etkili ve belirleyici olduğu açıklanmaktadır (Simpson, 2007).

Güven konusuna davranışsal yaklaşımlar, gözlemlenebilir davranışlara odaklanırken, psikolojik yaklaşımlar ise bilişsel ve duygusal süreçlere odaklanmaktadır. Davranışsal yaklaşım, ileri doğru eyleme odaklı olup mantıksal olarak meydana gelecek eylemi tahmin etmeye yöneliktir. Bu noktada davranışsal yaklaşım, mantıklı olduğu varsayılan deneyimler ile ölçümlenmektedir. Bu yaklaşıma göre, kişilerarası güven karşılıklı işbirliği, karşılıklılık ve motivasyon temelinde gelişim gösterir. Psikolojik yaklaşımlar ise geri doğru, eyleme neden olan koşullara odaklıdır, daha çok kişiler arasındaki beklentiler temelinde ve beklentilerin karşılanması ölçüsünde gelişmektedir. Psikolojik yaklaşımlara göre, kişilerarası güvenin en önemli unsuru niyet olup, bu niyet doğrultusunda gerçekleşen paylaşımlar temelinde geliştiği ifade edilmektedir. Bununla birlikte kişilerarası güvene ilişkin psikolojik yaklaşımlar da tek boyutlu, iki boyutlu ve dönüşümsel olarak üç ayrı kategoride ele alınmaktadır (Lewicki vd., 2006). Aşağıda tablo 1'de kişilerarası güvene davranışsal ve psikolojik (tek boyutlu, iki boyutlu ve dönüşümsel) yaklaşımların özellikleri ve güvenin gelişim süreçleri açıklanmaktadır.

Tablo 1: Güven Gelişimine İlişkin Teorik Yaklaşımlar

		Psikolojik		
Anahtar Soru	Davranışsal	*Tek Boyutlu*	*İki Boyutlu*	*Dönüşümsel*
Güven nasıl tanımlanır ve ölçümlenir?	Mantıklı olduğu varsayılan, güven ve beklentilere dayanan seçim davranışına bağlı olarak tanımlanır. Genellikle deneyimlere ilişkin oyunlar içerisinde işbirlikçi davranılar ile ölçümlenir.	Güvenli beklentiler ve/veya savunmasızlık için isteklilik olarak tanımlanır; Bilişsel, duygusal, davranışsal niyet unsurlarını içerir. Güvenin güvensizlikten yüksek güvene uzanan ölçek öğeleriyle ölçülür. Daha çok yüz yüze ve doğrudan kişilerarası bağlamlarda ölçülür.	İlişkilerin farklı yönlerini ölçen olumlu ve olumsuz beklentiler açısından tanımlanmıştır. Güven ve güvensizliğin ilişkili olduğu ancak farklı yapılardaki noktalarda, düşükten yükseğe aşamalı olarak ölçek maddeleri ile ölçümlenir.	Güven temelinde beklenilen maliyet ve faydalar, diğerleri hakkındaki bilgiler, paylaşılan değer ve kimliğin derecesi ile tanımlanır. Güvenin farklı aşamalarındaki farklı nitel göstergeleri boyunca değerlendirildiği ölçek öğeleri ile ölçülür.
Güven hangi seviyede başlamalıdır?	Önceden bilgi mevcut olmadığında güven sıfırdan başlar. Bir diğeri tarafından işbirlikçi eylemlerin başlattığı güven ya da motivasyon yöneliminin göstergesidir.	Bazı çalışmalar güvenin sıfırdan başladığını, diğerleri ise ilk aşamada ılımlı-yüksek güveninin olabileceğini savunmaktadır. Başlangıç aşamasında güven düzeyini etkileyen faktörler kişilik, bilişsel ve sosyal sınıflandırma süreçlerini içerebilir.	Güven ve Güvensizlik öncelikle düşük seviyede başlar (diğerleri hakkında hiç bilgimiz olmadığı durumlarda).	Güven, hesaplamaya dayalı bir aşamada başlar. İtibar tarafından başlatılan güven, Güvenilirlik için ödüller sağlamasının yanında kusurlar konusunda caydırıcıdır.
Güven veya Güvensizlik seviyesinin zaman içerisindeki değişiminin nedenleri nelerdir?	Güven işbirliği geliştikçe ya da karşılık verildikçe artar. Taraflardan birisi işbirliğine karşılık vermediğinde ise	Güven, mütevellinin niteliklerinin, ilişki tarihinin, iletişim süreçlerinin ve ilişki tipi ve yapısal faktörlerin çoğalan kanıtıyla büyür. Güven olumlu	Güven ve güvensizliğin nedenleri etkileşimlerden oluşarak birikir; diğerleriyle daha fazla genişlik ve / veya derinlik sağlamasından	Güven pozitif bir ilişki geçmişi, artan bilgi ve diğer kişinin tahmin edilebilirliği ile büyür ve taraflar daha sonra duygusal bir bağ ve ortak değerler

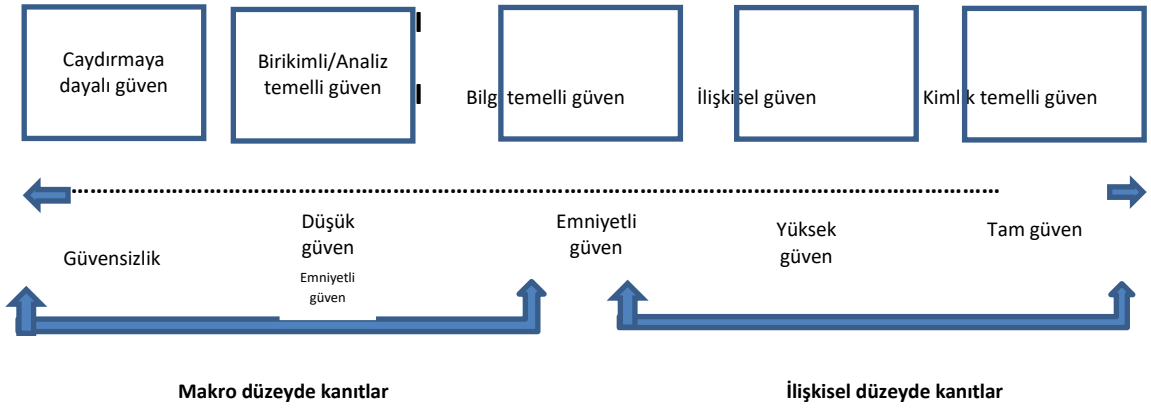
	azalır.	beklentiler onaylanmadığında azalır.	veya karşılıklı bağımlılık yapısından dolayı; Bu durum farklı güven ve güvensizlik kombinasyonlarına yol açabilir.	geliştirmeye başlar. Güven, olumlu beklentiler onaylanmadığında azalır.

Kaynak: Lewicki vd., 2006: 994.

Kişilerarası güven kavramının gelişimini açıklayan davranışsal ve psikolojik yaklaşımlarının yanı sıra, kişilerarası güveni, güvenin gelişimini sağlayan odak noktasına göre sınıflandırıldığı/kategorize edildiği görülmektedir. Bu anlamda Boeyen ve Modes (2003) güven kavramını doğrudan güven (direct trust) ve üçüncü kişi temelli (third-party trust) iki temel kategoride incelemektedir. Güven, iki kişi arasındaki bir ilişki sürecinde gelişiyorsa/ortaya çıkıyorsa doğrudan güven, iki kişi daha önceden tanışmıyor ve birbirleri hakkında hiç bilgileri yoksa güvenilir üçüncü bir kişinin katkısı ile isteklilik ortaya çıkıyor ve güven gelişiyor ise bu da üçüncü kişi temelli güven olarak adlandırmaktadırlar. McAllister (1995) ise kişilerarası güvenin duygu temelli (affect-based) ve bilişsel temelli (cognition based) iki türü olduğunu ifade etmektedir. Bilişsel temelli güven, kişilerin güvenilirlik ve iyi nedenlere dayanarak ortaya çıkmakta, inanılabilirlilik ile ifade edilmektedir. Kişilerarası güven bilişsel temelli gelişmiş ise kişiler bilgi olmadan sadece rasyonel nedenlere dayanarak bu güveni geliştirmezler, özellikle sorumluluk ve inanılırlığını ölçümler, bu noktada kişilerarasında algılanan benzerlik çok büyük önem taşımaktadır. Duygu temelli güven ise, kişilerarasındaki duygusal bağların gelişmesi, karşılıklı olarak duygusal yakınlığın hissedilmesi ile ortaya çıkmaktadır.

McKnight vd. (2011) kişilerarası güveni, bir ilişkinin gelişimi doğrultusunda güvenin de farklı düzeylerde ortaya çıkabileceğini belirterek, bilgi temelli/deneyimsel, birikimli, duygu temelli olmak üzere üç kategoride tanımlamaktadır. Bu bağlamda, bilgi temelli güven(knowledge-based), samimiyet ve içtenlikten etkilenmekte, yaşanan olaylar hakkındaki anlayışın artması ile belirsizlikler azalınca artmaktadır. Analiz temelli güven (calculative based) daha önceki bilgilere dayalı olarak ortaya çıkan güvendir. Analiz temelli güven, iki tarafın da mantıksal değerlendirmesi ile ortaya çıkmaktadır. Tarafların kazançları ve maliyetleri değerlendirmesi sonucunda konuşma ya da işbirliği ile değerlendirilmektedir. Duygu temelli (affect based) güven deneyimlere bağlı olarak ortaya çıkmakta, bilgiden daha çok duygularla ilişkili değerlendirilmektedir. Aşağıda şekil 1'de Dietz ve Dan Hartog (2006) tarafından kişilerarası güvenin caydırmaya dayalı güven, birikimli/analiz temelli güven, bilgi temelli güven, ilişkisel güven, kimlik tabanlı güven olmak üzere sınıflandırması görülmektedir. Bu bağlamda caydırmaya dayalı güven, ilişkiye devam etme ya da geri çekilmenin potansiyel maliyeti, güvensiz davranmaya göre daha ağır bastığı durumda gelişmektedir. Birikimli/analiz temelli güven, bir ilişkiyi sürdürme ya da sürdürmeme maliyetlerinin hesaplanması ile rasyonel seçim sonucunda oluşmaktadır. Bilgi temelli güven, diğerlerini tanıma ile davranışlarının tahmin edilebilirliğinin artması ile gelişmektedir. İlişkisel güven ise, ilişki sürecindeki etkileşimlerle ortaya çıkan tekrarlanan eylemler sonucunda ortaya çıkmaktadır. Kimlik temelli güven ise, kişinin diğerinin amaçlarını ve niyetlerini tanımlaması, karşılıklı anlayış ile ve birlikte hareket edildiğinde oluşmaktadır.

Şekil 1: Kişilerarası güven kategorileri



Kaynak: Dietz ve Dan Hartog, 2006: 6

Güvenin inşa edilmesi oldukça güç bir süreçtir. Güvenin gelişmesi iki kişiye bağlı olarak ortaya çıkan interaktif bir süreçtir, iki kişinin de birbiri hakkında edindiği güvenilir olma ile ilgili bilgiler temelinde ortaya çıkmaktadır. Diğer yandan hem güven hem de güvensizlik olumlu geribildirimler ve daha önceki davranışların pekiştirilmesi ile ilişkilidir. Güven aşamalı olarak güven verici davranışlar temelinde artmakta, daha önceki olumlu deneyimler sayesinde gelişmekte ve ortaya çıkmaktadır (Zand, 1972). Yukarıda şekil 1'de görüldüğü gibi kişilerin edindikleri bilgiler, deneyimler, süreç güvenin, güvensizlik durumundan tam güven durumuna doğru gelişmektedir. Bu noktada Khodyakov (2007) güçlü kişilerarası güven gelişimi için temel olarak samimilik/içtenlik ve benzerlik unsurlarının dikkate alındığını bu nedenle de kişilerin birbirlerini çok iyi tanımaları gerektiğini ifade etmektedir. Bu süreçte birbirleri ile ilgili negatif bilgiler edindikleri taktirde güvenin azalması söz konusu olmakta ya da geri çekilme meydana gelmektedir. Zayıf kişilerarası güven güçlü kişilerarası güvene göre daha risklidir. Zayıf kişilerarası güvenin geliştiği ilişkilerde kişilerin gerçek niyetleri açık değildir, bu nedenle kişilerin duyguları diğer kişinin eylemlerine bağlı olup hassasiyet taşımaktadır. Bu ilişkilerde güvenin gelişebilmesi uzun zaman gerektirmekte, iki kişi de birbirleri ile ilgili daha detaylı ve mantıksal bilgi edinmeye ihtiyaç duymaktadır. Bu noktada Simpson (2007) kişilerarası güvenin olumlu yönde ve yüksek ya da tam güvene doğru gelişim göstermesinin kişilerin kendini açma davranışı ve iletişim kurma oranlarına bağlı olduğunu belirtmektedir.

3. ÇEVİMİÇİ SOSYAL AĞLARDA KİŞİLERARASI GÜVEN

Uzun yıllar güven ve sosyal ağlar ile ilgili araştırmalar kişilerarasında güven ve özel konuların paylaşımına odaklanmıştır. Yakın zamandaki araştırmaların ise çevrim içi güven (online trust) kavramının gelişimine paralel olarak çalışmaların çevrimiçi bilgi kaynakları, çevrimiçi iletişim ve mahremiyet konuları üzerine yoğunlaştığı görülmektedir (Warren vd. 2015; Hamalainen, 2015).

Boyd ve Ellison (2007) çevrimiçi sosyal ağları, kişilerin sınırları belirli bir sistem içerisinde kamuya yarı/açık profil oluşturmasına, bağlantıda olduğu kişileri listeleyerek bu listenin açıkça görülmesine izin vermesine, sistemdeki kullanıcıların listelenmiş bağlantılarını görmesine ve aralarında gezinmeye izin veren web temelli bir sistem olarak tanımlamaktadır. Kişilerarası güven kavramı, sosyal ağ siteleri söz konusu olduğunda çevrimiçi (online) güven kavramının literatürde yerini almasını sağlamıştır. Özellikle çevrimiçi sosyal ağlar üzerinde hizmet veren işletmeler açısından var olan müşterilerini korumak ve yeni müşterileri çekerek hizmet vermek açısından çok büyük önem taşımaktadır (Salo&Karjaluoto 2007).

Putnam (1993) kişilerin sahip oldukları sosyal ağları kişinin sosyal sermayesi olarak görmekte, bu sosyal ağlar kişiler için bir kaynak oluşturduğunu ve bu anlamda sosyal destek unsuru olduğunu belirtmektedir. Bununla birlikte, sosyal ağların kişilerarası güvenin gelişmesini sağladığı gibi çoğu zaman kurumsal güvenin oluşmasına da katkı sağladığını ifade etmektedir. Haythornthwaite (2002) ise sosyal ağlardaki etkileşim sıklığı, samimiyet, karşılıklılık ve hoşlanma özelliklerine göre kişilerarasındaki bağın güçlendiğini açıklamaktadır. Çevrimiçi sosyal ağlarda kendini açma/açıklama, sosyal memnuniyet, duygusal ve hedonik (hazcı) deneyimler de güvenin gelişimini etkileyen faktörler olarak ele alınmaktadır (Barnes, 2006). Diğer yandan sosyal ağlarda güvenin gelişimi kişiler özellikle birbirlerini tanımıyorlarsa internet sosyal kimliği üzerinden ilerlemektedir. Bu anlamda sosyal güvenin de etik ve kabul edilebilir olması için belirli nedenle temelinde gelişmektedir. Bu anlamda çevrimiçi (online) güven, ilk olarak internet ortamında mahremiyetin güvenliği temelinde, ikinci olarak da kişilerin inanılır ve doğru bilgileri vermesi ile ilişkilidir. Bununla birlikte güvenin çevrimiçi olarak gelişiminde davranışsal bileşenler (mahremiyete saygı, ortak noktalara sahip olma vb.) de etkili olabilmektedir (Ronzhyn, 2013). Bu nedenle çevrimiçi sosyal ağlarda güvenli bir ilişkinin gelişmesi için senkronize iletişim ve bilgi paylaşımı çok önem taşımaktadır (Beaudoin, 2008). Çevrim içi sosyal ağlarda güvenin gelişiminde bilgi paylaşımı anahtar noktadır. Güvenin inşa edilmesi ve gelişimi özellikle yeni ilişkiler kurulurken ulaşımı ve hızlılığı açısından tercih edilmektedir. Hatta gerçek dünyadan daha fazla ilişkilerin kurulması kolaylığı olması nedeni ile tercih edilmektedir (Hakansson, & Witmer, 2015). Hatta sosyal ağ siteleri kişiler için yeni sosyal sermaye yaratma alanlarıdır. Kişinin sosyal sermayesinin fazla olması, farklı sosyal bağlantılar ve etkileşimleri olması anlamına gelmektedir. Bu anlamda da sosyal ağ sitelerinin kişiler için yeni etkileşim fırsatları sunarak sosyal sermaye yaratmaya olanak tanıdığı ifade edilmektedir. Bu bağlamda insanların neden Facebook'a katıldıklarını eski arkadaşları ile bağlantıda kalmak ve çalışma arkadaşları ile de ilişkilerini güçlendirmek için katıldıklarını belirtmektedir (Valenzuela vd. 2009).

Putnam (2000)'a göre sosyal ağlarla yaratılmakta olan güvenin internet üzerinde birlikte zaman geçirmeye dayalı olduğunu, yüz yüze iletişimde olduğu kişilerle ve hali hazırda bildiği kişilerle olan iletişimin devam ettiğini ancak bunun da sınırlı olduğunu açıklamaktadır. Bu nedenle sosyal ağlarda gelişen güven kavramının yüz yüze iletişimde kurulan güven ile aynı olmadığını hatta kişiler için karşılıklı olarak aynı yararı sunmadığını hatta çoğu

zaman negatif etkiler yaratarak zarar verici olabileceğini açıklamaktadır. Bunun temel nedeni ise çevrim içi / sanal çevrenin tanınmayan bir diğer ifade ile görünmeyen yabancıların da bulunduğu bir ortam olmasıdır. Bu ortamdaki yabancılara karşı kişilerin duyguları ve hassasiyetleri nedeni ile bu ortamdaki ilişkiler de yanlış anlamaların yaşandığı ve süreçlerin tamamlanmadığı görülmektedir. Yüz yüze iletişimin tersine kişinin yüz ifadesi, mimikleri, ses tonu, duygular gibi bileşenler olmadığı için istenmeyen etkileşimlerin olması ve geri çekilme söz konusu olabilmektedir (Sabbatini, & Sarracino, 2015). Aynı zamanda kişiler sosyal ağlarda rasyonel açıklamalar yapıyor olsalar da doğruluğunu kanıtlamak güç ve bir süreç gerektirdiği için belirsizlik ilişkiye zarar verebilmektedir (Bian vd. 2009).

Panahi vd. (2015) "Fostering interpersonal trust on social media: Physicians' perspectives and experiences" adlı araştırma sonuçlarına göre; kişilerin sosyal ağlar üzerinde kurdukları güvenli ilişkiler genel olarak çevrim dışı/ günlük yaşamdaki ilişki ağları ile edindikleri iyi bildikleri ve daha önce görüştükleri kişiler ile ilk etkileşimlerini kurmaktadırlar. Bu kişiler genellikle şu anda mevcut ya da daha önceki okul ve iş arkadaşları olmaktadır. Yüz yüze etkileşim aracılığı ile oluşturulan karşılıklı güven çevrimiçi sosyal ağlarda sürdürülmektedir. Bununla birlikte, katılımcıların bazıları sosyal medyanın anonim ve herkese açık doğası gereği yeni arkadaşlıklar da gelişmesine fırsat sunduğunu ifade etmektedirler. Bu görüşte olan kişiler genellikle sosyal ağlar üzerinde iletişim kurduğu kişilerle yüz yüze etkileşim fırsatı da bulunan (akademisyenler gibi) kişilerdir. Bunun tam tersi şekilde bazı katılımcılar (doktorlar gibi) sosyal ağlarda güvenin gelişmesinin kolay olmadığını, özellikle medikal bilgi ve uygulamaları bu ortamda paylaşmadıklarını, önce yüz yüze iletişim kurup daha sonra sosyal ağlarda iletişime devam ettiklerini açıklamaktadırlar. Panahi vd. (2015) sosyal ağlarda güvenin gelişimini etkileyen faktörleri, kişilerin ilgili ve içten/samimi olması, profesyonel nitelik ve bilgiye sahip olmaları, iletişimin sürekliliği ve tutarlılığı, arkadaş tavsiyeleri, anonim olmayan siteler olması güvenli ilişkilerin gelişmesinde olumlu etki göstermektedir.

4. ÇEVRİMİÇİ SOSYAL AĞLARDA GÜVEN GELİŞİMİNE YÖNELİK NİTELİKSEL BİR ARAŞTIRMA

4.1. Araştırma Yöntemi

Araştırmanın amacı, bireylerin çevrimiçi sosyal ağlarda ki iletişim ve etkileşim süreçlerinde güvenin nasıl geliştiğini ortaya koymaktır. Araştırma kapsamında kişilerin sosyal ağlarda kurdukları iletişimlerinin kapsamı, diğer bireylerle bu sosyal platformlar üzerinden kurdukları ilişkilerin yakınlık düzeyi, hangi tür ilişkileri sürdürdükleri de analiz edilmek istenmektedir. Bu doğrultuda araştırma soruları şu şekilde ifade edilebilir:

RQ1: Sosyal ağlarda kişilerarası güven gelişimi nasıl sağlanıyor?

RQ2: Sosyal ağlardaki kişilerin yazdıkları/paylaştıkları konulara güven duyuluyor mu?

RQ3: Sosyal ağlarda kimlerle nasıl iletişim kuruluyor?

RQ4: Sosyal ağlarda arkadaşlık ilişkilerinin sürekliliği nasıl sağlanıyor?

RQ5: Güven duyulan sosyal ağların özelliklerini nasıl tanımlıyorlar?

Bu amaç doğrultusunda araştırma yöntemi olarak nitel bir araştırma yöntemi olan derinlemesine görüşme yöntemi ve yarı-yapılandırılmış görüşme seçilmiştir. Derinlemesine görüşme ve yarı yapılandırılmış görüşme yönteminin seçilmesinin nedeni, karşıdaki kişinin duygu, bilgi, tecrübe ve gözlemlerine ulaşılmak istenmesidir (Tekin, 2006:101). Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve döküman analizi gibi nitel yöntemlerin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanabilmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2013:45). Derinlemesine görüşme, içerisinde yapılandırılmış veya yarı yapılandırılmış görüşmeler barındıran, küçük sayıda bir grup bireyle onların belirli fikirler veya durumlara ilişkin bakış açılarını anlamaya yönelik nitel bir araştırma yöntemidir (Boyce & Neale, 2006:3).

Görüşmeler sonucunda elde edilen verilerin analizinde tematik analiz yönteminden yararlanılmıştır. Tematik analiz (TA) çoğunlukla nitel araştırma çalışmalarında kullanılmaktadır. TA, verilerin içindeki kalıpları (temaları) tanımlama, analiz etme ve raporlama" yöntemidir. Verilerin analizinde temalar oluşturulmasına olanak tanıyan betimsel bir analiz olarak ifade edilebilmektedir (Ashley ve Amanda, 2018, s.808). Bu doğrultuda derinlemesine görüşmeler sonucunda elde edilen veriler, Panahi vd., (2015)'in "Fostering interpersonal trust on social media: Physicians' perspectives and experiences" adlı makalesinde kullanılan alt başlıklar kapsamında tema ve kodlara dönüştürülerek aşağıda yer alan kategoriler kapsamında değerlendirilmiştir:

- Önceki Kişisel Bağlantılar (İlişkiler),
- Kaynağın Doğruluğu/ Gerçekliği,
- Profesyonel/İş arkadaşlarımızla İletişim,
- İletişim Sürekliliği,
- Arkadaşlık İlişkisi,
- Güvenilir Siteler Hakkındaki Düşünceler, alt başlıkları kapsamında tema ve kodlara dönüştürülerek analiz edilmiştir.

Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler Ege Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi ve Yaşar Üniversitelerinde eğitim almakta olan en az 5 en fazla 12 yıldır sosyal ağları kullanmakta olan 20 lisans öğrencisiyle yapılmıştır. Bu öğrenciler 8'i kadın, 12'si erkek olmak üzere yaş ortalaması 22'dir. Katılımcılar amaçlı örneklem yöntemiyle seçilmiştir. Amaçlı örneklem, olasılık temelli olmayan bir örnekleme yaklaşımıdır. Araştırmanın amacına bağlı olarak bilgi açısından zengin durumların seçilerek derinlemesine araştırma yapılmasına olanak tanıyan amaçlı örnekleme, belli ölçütleri karşılayan veya belirli özelliklere sahip olan bir veya daha fazla özel durumlarda çalışılmak istendiğinde tercih edilmektedir. (Başaran K., 2017:490). Bu doğrultuda araştırmaya dahil edilen bireylerin çevrimiçi sosyal ağları kullanıyor olması ve bu platformlar aracılığıyla iletişim kurmaları araştırmaya katılımcı olarak seçilmelerinin ölçütü olarak belirlenmiştir.

Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler, bireylerin çevrimiçi sosyal ağlar üzerinden daha çok kimlerle iletişim kurduğunu anlamaya yönelik sorular, bireylerin paylaşımlarına güvenip güvenmediklerini anlamaya yönelik sorular, iş arkadaşlarıyla ilişkilerini bu ağlar üzerinden sürdürmeyi tercih edip etmediklerini anlamaya ilişkin sorular, arkadaşlık ilişkilerini bu platformlar üzerinden sürdürmek için ne tür çaba gösterdiklerine ilişkin sorulardan ve son olarak güvenilir bir sitenin sahip olması gereken özelliklerini anlamaya yönelik sorulardan oluşmaktadır. Sorular, çevrimiçi sosyal ağlarda bireylerin güven durumu ve güvenin nasıl geliştiğine ilişkin çıkarımlar konusunda yol gösterici niteliktedir. Araştırma sorularına ilişkin bu bileşenler, bireylerin çevrimiçi ilişkiler bağlamında güven durumunu analiz etme sürecinde tema ve kodlar oluşturmada temel alınmıştır. Görüşme sonucunda elde edilen veriler iki araştırmacı tarafından kodlanarak gruplara ayrıldı. İki araştırmacının kodları bir başka araştırmacı tarafından kontrol edilmiştir.

Araştırma Bulguları

Araştırma kapsamında ulaşılan veriler ile oluşturulan tema ve kodlar altı kategoride incelenmiştir;

1. Önceki Kişisel Bağlantılar (İlişkiler),
2. Kaynağın Doğruluğu/ Gerçekliği,
3. Profesyonel/İş arkadaşlarımızla İletişim,
4. İletişim Sürekliliği,
5. Arkadaşlık İlişkisi,
6. Güvenilir Siteler Hakkındaki Düşünceler.

- **Önceki Kişisel Bağlantılar (İlişkiler) Kategorisi:**

Bireyler çevrimiçi ağlarda çoğunlukla gerçek hayatta iletişim kurdukları kişilerle iletişim sürdürmeyi tercih etmektedir. Katılımcılara göre, sosyal ağlarda güven oluşumu çok zor ve uzun zaman gerektiren bir eylemdir. Hatta sadece sosyal ağlar üzerinden tanışılan kişilere kesinlikle güvenmeyen katılımcılar bulunmaktadır. Bu duruma gerekçe olarak, sahte hesaplar, sahte profil fotoğrafı ve bilgileri içeren kullanıcıların varlığı olarak görülebilmektedir. Bu platformlardaki kişilere güvenmelerini sosyal ağlar üzerinden uzun süre görüşmüş olmaya ya da gerçek yaşamda yüzyüze iletişim halinde olup samimiyet kurmaya bağlamaktadır. Bu durumda sosyal ağlarda güven gelişiminin ön koşulu bireylerin çevrimdışı alanlarda yüzyüze iletişim sürdürmeleri olarak görülmektedir. Sosyal ağlar, geçmişte kurulan ilişkilerin devamını sağlayan ve zaman zaman yeni kişilerle tanışıp uzun süre paylaşımlar gözden geçirildikten sonra iletişimi gerçek hayata taşımaya olanak yaratan çevrimiçi ortamlar olarak ifade edilebilir. Bu anlamda katılımcıların verdikleri yanıtlardan bazıları aşağıda yer almaktadır.

"Sadece gerçek hayatta tanıdığım kişiler ile iletişime geçiyorum. Bunun dışında biri konuşmaya çalışırsa neredeyse her zaman karşılık vermiyorum. Sosyal medyada tanımadığım insanlara hiç güvenmiyorum yani…'' (Katılımcı:2).

"Sohbet kullanmak arada keyifli ancak çok sık bir şekilde kullanmanın keyifli olduğunu düşünmüyorum. Ben daha önce tanıdığım kişiler ile iletişim halindeyim. Yeni tanıştığım kişiler ile sosyal medyada hemen bağlantı kurmam. Aradan zaman geçip kişiyi tanıyınca iletişim kurabilirim." (Katılımcı:4)

"Sadece tanıdıklarıma kendileri olduğuna emin olduğumda güveniyorum.'' (Katılımcı:7)

"Daha önce tanıdığım kişilerle iletişimde bulunuyorum. Yeni kişilerle nadiren tanışıyorum.'' (Katılımcı:18)

- **Kaynağın Doğruluğu/ Gerçekliği Kategorisi:**

Katılımcılar sosyal ağlar üzerinde diğer bireyler tarafından paylaşılan yazı, fotoğraf veya haber içeriklerine güvenmek konusunda tereddüt yaşamaktadır. Bu durum araştırma sürecinden bireyler tarafından körü körüne inanmamak gerektiği, paylaşılan içerik veya bilginin kaynağına erişmek gerektiği şeklinde ifade edilmiştir. Bunun yanı sıra, akıl ve mantık süzgecinden geçirilmesi azımsanmayacak sayıda katılımcı tarafından dile getirilmiştir. Çevrimiçi sosyal ağlar üzerinden etkileşimde bulunulan kişilerin daha önceden gerçek yaşamda tanışılan ve tanınan bireyler olması, paylaşılan içeriğe olan güven geliştirmenin koşullarından bir tanesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Katılımcıların genellikle bireyler tarafından paylaşılan içerikleri uzun zaman içerisinde inceleyip gözlemledikleri, paylaşımların gerçek ve doğru bilgilerle ilişkili veya gerçek hesaplar tarafından yaratılıp yaratılmadıklarını anlamak için çaba gösterdikleri araştırma verileri aracılığıyla anlaşılmaktadır. Eleştirel bakış açısıyla analiz ettikleri sosyal ağ paylaşımlarını gerekli kanıtlara ulaşmadan güven duymamaktadırlar. Bu bağlamda katılımcıların verdikleri yanıtlardan bazıları aşağıda yer almaktadır.

"Sosyal medyada yapılan hiçbir şeye güvenmiyorum açıkçası, biraz güven sorunu olan bir insanım. Genel olarak sadece zaman geçiriyorum arkadaşlarımın paylaşımlarına bakıyorum. Güzel bilgiler paylaşan siteleri takip ediyorum. Fakat körü körüne inanmıyorum. Her zaman araştırılması gerektiğini düşünüyorum. Paylaşılan yazılan her şeye de inanmamak lazım." (Katılımcı:1)

"Güven duygum gerçek hayatta ne kadar tanıdığıma göre veya paylaşımlarının kaynağına göre şekilleniyor." Katılımcı:3)

"Sadece yakından tanıdıklarımın paylaşımları benim için güven arz eder aksi durumda sadece yazılanlar güven verici değildir. Hep bir soru işareti ile yaklaşırım." (Katılımcı:4)

"Her şeye güvenmiyorum. Yazılanları kendim değerlendirip kendi fikrime göre devam ediyorum." (Katılımcı:11)

- **Profesyonel/İş arkadaşlarımızla İletişim Kategorisi:**

Araştırma katılımcıları sosyal ağlar üzerinden iletişim kurdukları bireylerin bir kısmının ortak ilgi alanlarına sahip olan veya iş ortamından tanıdıkları profesyonel kişiler olmasını tercih etmektedir. Bu kişilerin paylaşımlarının kendilerine değer katacak bilgilere sahip paylaşımlar olacağını düşünmektedirler. Dolayısıyla profesyonel yaşamdan tanıdıkları bireylere sosyal ağlar üzerinden de güven duymaktadırlar. Mevcut iş arkadaşları veya iş bağlantılı ilişkilerini görüntülü görüşmeler veya mesajlaşmalar yoluyla sürdürerek sosyal ağlar üzerinden güvenli ilişkiler sürdürmektedir. Bazı katılımcılar ise sosyal ağlar üzerinden network (ilişki ağı) oluşturabileceklerini ve bu sayede iş veya ek iş sahibi olabileceklerini düşünmektedir (Facebook'daki iş odaklı yararlı paylaşım yapan sayfalar veya Linkedin gibi iş odaklı platformlar aracılığıyla). Katılımcılardan bir kısmı ise, iş ilişkilerini bu çevrimiçi sosyal ağ ortamlarından sürdürmeyi tercih etmeyerek, iş ilişkilerini yüz yüze sürdürdüklerini belirtmişlerdir. Bu anlamda katılımcıların verdikleri yanıtlardan bazıları aşağıda yer almaktadır.

"Linkedin gibi siteler üzerinden iş bağlantıları sağlayabiliyorum." (Katılımcı:6)

"İş ya da arkadaşlık ilişkileri sosyal medyadan yürütülecek bir konu değil. Sosyal medya sadece kişiye ulaşmayı kolaylaştıran bir etken. Soruda belirtilen ilişkileri fiziki görüşmelerle sürdürmeye özen gösteriyorum." Katılımcı:13)

"İş için ise görüntülü konuşarak veri alışverişi yaparak ilişkilerimi sürdüyorum. Bu sayede sosyal medya üzerinden güvenli bir iş ilişkisi oluşturabiliyorum". (Katılımcı:20)

"İş ortamından tanıdığım veya benzer konularda çalıştığım kişilerin paylaşımlarının kendime değer katacağını düşünüyorum. Bu yüzden onları sosyal ağlar üzerinden takip ediyorum". (Katılımcı:5)

- **İletişim Sürekliliği Kategorisi:**

Sosyal ağlar üzerinden güven oluşturmanın ve sürdürmenin önemli bir unsuru da iletişimin sürekliliği olarak görülebilmektedir. Araştırma katılımcılar, çevrimiçi ortamlarda iletişimlerinin sürekliliğini bir takım unsurlara

dayandırmaktadır. Bunlar; iletişimin kalitesi, paylaşımların sürekliliği, birbirlerinin paylaşımlarına yorumlar yapmak, hikayelerini takip etmek gibi eylemlerin yanı sıra, eski arkadaşlar olması, dışarıda görüşmek ve yüz yüze iletişim kurmak olarak ifade edilmiştir. Bu söylemlerden hareketle, uzun yıllardan beri sosyal ağ kullanıcısı olan bireyler görülüyor ki, yalnızca sosyal ağlar üzerinden tanıdıkları kişilere hemen güvenmiyorlar. Güven olgusunun oluşabilmesi paylaşımların ortak beğeniye veya mantığa hitap etmesi ve ardından gerçek hayatta kurulacak yüzyüze iletişime dayanmaktadır. Bu noktada çevrimiçi platformlar üzerinden sadece yazışarak veya fotoğraf paylaşımı yapılarak da iletişim kuruluyorsa bile, üslup ve konuşma tarzının öneminin bulunduğu araştırma verilerinden elde edilen diğer bir önemli faktördür. Çünkü bireyler bu ve benzeri faktörleri değerlendirerek sosyal ağlardaki ilişkili oldukları bireylere karşı güven geliştirmekte ve ilişkilerini çevrimdışı hayata taşımaktadır. Bu anlamda katılımcıların verdikleri yanıtlardan bazıları aşağıda yer almaktadır.

“Aramızdaki iletişimin kalitesine bağlıdır. Konuşulan konular, kişinin tavırları ve samimiyeti kullandığı kelimeler ve kurduğu cümleler iletişimin kalitesini belirleyen etmenlerdir.” (Katılımcı:5)

“Sürekliliğin sağlanması için sürekli paylaşım, sohbet internet ortamında beraber hareket etmek (oyun oynamak vb) bu durumu pekiştiren şeylerdir.” (Katılımcı:6)

“Eski arkadaşlarım olmasına ve sosyal medya hesaplarında saçma içerik paylaşmamasına bağlı. Bu sürekliliği sağlamak için sosyal medyayı aktif kullanmaya çalışıyorum.” (Katılımcı:19)

“Karşılıklı saygı bana göre en önemlisi. Bir süre konuştuktan sonra zaten kafa yapınızın uyup uymadığı anlaşılıyor. Bir yere gidip sohbet edince devamlı bir iletişim olacak mı olmayacak mı belli oluyor.” (Katılımcı:13)

- **Arkadaşlık İlişkisi Kategorisi:**

Araştırma verileri kapsamında sosyal ağlar üzerinden arkadaşlık ilişkileri konusunda güven gelişimi, önceki ilişkilere veya ortak zevk ve ilgi alanlarına sahip bireyler olmasına dayanmaktadır. Araştırmaya katılan bireyler genellikle sosyal ağlar üzerinden önceden tanıdığı kişilerin paylaşımlarını ve hikayelerini (story) takip etmektedir. Bunun dışında yurtdışında bulunan arkadaşlarla ilişkilerini de çevrimiçi ağlar aracılıyla sağlayan katılımcılar da bulunmaktadır. Bu ağlar üzerinden tanışılan yeni kişilere karşı güven gelişimleri ise, paylaşımlarını beğenerek, birlikte çevrimiçi oyunlar oynayarak ya da sahte hesap, profil resmi veya bilgilere sahip olup olmadıklarını anlayarak sağlamaktadır. Katılımcılardan çoğunluğu sadece sosyal ağlardan arkadaşlık ilişkilerinin sürdürülmeyeceğini ve belirli bir süre yazışıp, mesajlaştıktan ve paylaşımlar takip edildikten sonra gerçek hayatta fiziki görüşmenin gerektiğini vurgulamıştır. Bu anlamda katılımcıların verdikleri yanıtlardan bazıları aşağıda yer almaktadır.

“Tanımadığım kişiler ile konuşmam için uzun süre kişiyi takip edip güven verici paylaşımlar da bulunur ise konuşuyorum. Sosyal medyada güven gelişiminin zamanla sağlandığını düşünüyorum. Fakat bir insan daha önce sosyal medya dışında herhangi bir zaman ya da mekânda iletişimde bulunmuş ise, bu da kişinin sosyal medyada bu insana olan güvenini arttırır diye düşünüyorum.” (Katılımcı:8)

“Güven gelişimi, kişi ile kurulan iletişime, kişinin yaptığı paylaşımların içeriklerine ve arkadaş listesindeki profillere bağlıdır. Kişinin arkadaşları arasında sahte veya kötü amaçlar için açılmış profiller yoksa, yaptığı paylaşımların içerikleri rahatsız edici değilse o kişiye güvenirim. Buna ek olarak, eğer muhabbet ettiğim biriyse ve iletişimimiz iyiyse güven gelişimi devam eder.” (Katılımcı:5)

“Yakın arkadaşlarımdan uzak olanlar ile sürekli iletişim halinde olmak istediğim için sosyal medyada da onları vakit buldukça takip ediyorum. Neler yaptığına göz gezdirip bakıyorum. Ancak yakınımda olanlarla sadece sosyal medyadan iletişim kurmuyorum.” (Katılımcı:4)

“Genelde tanışmış olduğum insanlar ile iletişim kuruyorum ama ara sıra yeni insanlar ile iletişim kuruyorum. Eğer iletişim kurduğum kişiler samimi ve dürüst ise iletişimimiz kalıcı oluyor. Bu sürede muhabbet edip ona göre sürekliliği sağlıyorum. (Katılımcı:17)

- **Güvenilir Siteler Hakkındaki Düşünceler Kategorisi:**

Son olarak, çevrimiçi ortamlarda güven gelişiminin temeli olan web sitelerine olan güvene ilişkin sorulara araştırma katılımcılarının verdiği yanıtlara baktığımızda çoğunluğunun web sitelerini güvenilir bulmadığı verisine ulaşılmıştır. Günümüz bilgi iletişim çağında siber güvenlik önem arz etmektedir. Bu yüzden bireyler çoğunlukta resmi sitelere güvenmektedir. Ancak sitelerin sahip olduğu bazı özellikler web sitelerine karşı güven oluşturmalarını sağlayabilmektedir. Araştırma sonucunda ulaşılan verilere göre bu sitelerin özellikleri şunlardır;

kullanıcıların bilgilerini saklamaya ve istedikleri kişilere bilgilerini sunmaya olanak veren siteler, Instagram, Facebook, Twitter gibi kullanımı kolay, basit arayüze sahip ve çoğu kişinin kullandığı sosyal ağ siteleridir.

"Siber güvenliğin sağlanmasının zor olduğunu düşünürsek web sitelerin hiçbiri güvenilir değil. Tabi ki de kendi güvenilirliklerini sağlayabilmek için ellerinden geleni yapsalar da genel bir güvenlik sorunu olduğundan hiçbir siteyi tam anlamıyla güvenilir bulmuyorum." (Katılımcı:4)

"Sosyal medya da internet üzerinden paylaşılan hiçbir şeye aslında güvenmiyorum sonuçta benim verilerime herkes ulaşabilir. Güvenilir bulduğum site tarzı daha çok bilgilerimi saklama veya istediğim kişilere gösterebildiğim sitelerdir." (Katılımcı:8)

"Instagram, Twitter, Facebook gibi siteleri kullanıyorum ara yüzü kolay ve basit olması benim için önemli." (Katılımcı:12)

"Karşının izni olmadan iletişim kurabilmeye olanak sağlayan siteleri kesinlikle güvenilir bulmuyorum. Gerisi kişinin kendisine kalıyor..." (Katılımcı:14)

5. SONUÇ

Sosyal ağlar, kişilerin yaşamında günlük yaşamın en önemli parçasıdır ve yüz yüze iletişimin sanal ortamda gerçekleşmesini sağlamaktadır. Sosyal ağlar kişiler için yeni bir sosyal sermaye alanı yarattığı için (Putnam,1993) kişiler için vazgeçilmez bir niteliğe kavuşmuştur. Kişilerarası güvenin sosyal ağlarda nasıl geliştiğinin sorgulandığı çalışma sonucunda kişilerarasındaki güvenin nasıl geliştiği, hangi tür kişilerarası güvenin tercih edildiği, kişilerin güven oluştururken hangi faktörlere dikkat ettikleri hakkında veriler elde edilmiştir.

Araştırmada elde edilen en önemli verilerden biri, kişiler sosyal ağlarda güven gelişiminin güç olduğunu ve risk taşıdığını belirtmekte ancak buna rağmen sosyal ağlarda yer aldıklarını ifade etmeleridir. Bu noktada riskleri azaltabilmek için ise günlük yaşamda güven gelişimini sağladığı kişiler ile sosyal ağlar üzerinde de iletişimi/etkileşimi sürdürmek amacı ile sosyal ağları kullandıklarını belirtmektedirler. Buna ilişkin kişiler arasındaki bağların zaman içinde çok sayıda paylaşım temelinde oluştuğunu açıklayarak, bu gelişmiş ise güvenin de yüksek olduğunu ifade etmektedirler. Bu noktada Granovetter (1973) Kişiler arasındaki bağların birlikte geçirilen zaman miktarı, duygusal yoğunluk, yakınlık, karşılıklılık ile ilgili olarak artış ya da azalma gösterdiğini açıklamaktadır. Kişiler arasındaki bağlar bu güçlü, zayıf ve bağ yok olarak sınıflandırılmaktadır. Güçlü bağlar, genellikle uzun zaman yatırımını gerektirmektedir. Birbiri ile çok benzerlik gösteren kişiler arasında güçlü bağların kolaylıkla geliştiği görülmektedir. İki kişi arasında güçlü bağlar var ise, benzer özelliklere sahip ve oldukça sık görüştükleri ifade edilmektedir.

Araştırma sonuçları değerlendirildiğinde katılımcıların sosyal ağlardaki gelişim sürecinde içerik ve bilgi paylaşımı konusunda dikkatli olduklarını belirtmektedirler. Aynı zamanda güven geliştirecekleri kişileri de bu anlamda uzun zaman içinde inceleyip, gerçek paylaşımlar, doğru bilgiler, gerçek hesap kullanımı gibi unsurlar açısından değerlendirdiklerini eklemektedirler. Bu anlamda katılımcıların analiz temelli ve bilgi temelli güven geliştirmeye yönelik davranışlar gösterdikleri ifade edilebilir. Bununla birlikte, kişilerarası güven gelişiminde katılımcıların ortak ilgi alanlarına sahip ve kendilerine değer katacak kişileri tercih ettikleri, özellikle tekrar eden tutarlılık gösteren eylemlerin dikkate alındığı görülmektedir. Bu noktada da ilişkisel güven ve kimlik temelli güvenin söz konusu olduğu açıklanabilir.

Sosyal ağlarda güvenin gelişimi için diğer önemli bir unsur ise araştırma sonucunda iletişimin sürekliliği olarak belirlenmiştir. Bu noktada katılımcılar iletişimin niteliği, paylaşımların sürekliliği, paylaşımların takibi ve yapılan yorumların önem taşıdığını açıklamaktadırlar. Bu doğrultuda araştırma sonuçları Simpson (2007)'ın belirttiği kişilerarası güvenin tam ve olumlu yönde gelişebilmesinin kendini açma ve iletişim kurma oranına bağlı olduğu ifadesini destekler niteliktedir. Araştırmada sosyal ağlarda güvenin gelişimi için ortay çıkan bir unsurlar da kişilerarasında ortak ilgi paylaşımı sonucunda duydukları memnuniyet, samimiyet ve karşılıklılık olarak ifade edilebilir. Bu noktada da araştırmalar sonuçları Barnes (2006) sosyal ağlarda güven gelişimini etkileyen faktörler olarak açıkladığı kendini açma/açıklama, sosyal memnuniyet, duygusal ve hedonik deneyimler ile ortak noktalardır. Araştırmanın önemli bir sonucu da katılımcılar kişilerarası güvenin gelişiminin en temel unsurunun yüz yüze iletişim ve etkileşim olduğunu vurgulayarak, genellikle yüz yüze iletişim kurdukları kişiler ile iletişimlerini devam ettirmek amacı ile sosyal ağları kullandıklarını, bu anlamda da güvenin daha da güçlenmesini sağlayan bir unsur olarak kabul edilebileceğini belirtmektedirler.

Putnam (2000) sosyal ağlardaki güvenin sosyal ağlarda birlikte uzun zaman geçirmeye dayalı olarak ya da genellikle hali hazırda elde edilen güven temelindeki arkadaşlar/tanıdıklar ile iletişimin devamlılığı biçiminde gelişebileceğini belirtmiştir. Bu anlamda araştırma sonuçları da kişilerin genellikle tanıdıkları ve bildikleri kişiler ile daha önceden oluşturulan güvene dayalı ilişkilerini sosyal ağlar üzerinde sürdürdüklerini göstermekte, ancak bazı durumlarda kişilerin paylaşımlarının niteliği ve doğruluğu vb. unsurların daha önceden oluşturulan ilişkideki güvene zarar verebildiği açıklanmaktadır.

KAYNAKÇA

Ashley, C. ve Amanda, N. (2018). Thematic analysis of qualitative research data: Is it as easy as it sounds? Currents in Pharmacy Teaching and Learning, 10 (6), s.807-815.

Barnes, S.B. (2006). A privacy paradox: Social networking in the United States. First Monday, 11, 9.

Başaran, K., Y. (2017). Sosyal Bilimlerde Örnekleme Kuramı, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 5, Sayı: 47, s. 480-495.

Beaudoin, C.E. (2008). Explaining the Relationship between Internet Use and Interpersonal Trus: Taking into Account Motivation and Information Overload, Journal of Computer-Mediated Communication, 13, 550-568.

Bian J., Liu Y., Zhou D., Agichtein E. and Zha H. (2009). "Learning to recognize reliable users and content in social media with coupled mutual reinforcement", in: Proceedings of the 18th International Conference on World Wide Web, ACM, pp. 51-60.

Boeyen, S. & Modes, T. (2003). Trust management in the public key infrastructure, https://www.entrust.com/wp-content/.../05/trustmodels.pdf. Erişim tarihi: 20.06.2018.

Boyce, C. ve Neale, P. (2006). Conducting In-Depth Interviews: A Guide for Designing and Conducting In-Depth Interviews for Evaluation Input, Monitoring and Evaluation – 2, Patfinder International Tool Series. http://www2.pathfinder.org/site/DocServer/m_e_tool_series_indepth_interviews.pdf. Erişim tarihi: 20.06.2018.

Boyd, D.M. & Ellison, N.B. (2007). Social network sites: Definition, history and scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication, 13 (1), 210-230.

Couch, L.L., Jones,W. H. (1997). Measuring Levels of Trust, Journal of Research In Personality, 31, 319-336.

Das, T.K. & Teng, B. (2004). The risk based view of trust: A conceptual framework, Journal of Business and Psychology, 19 (1), 85-116.

Deutsch, M. (1973). The resolution of conflict. New Haven, CT: Yale University Press.

Dietz, G. and Hartog, D. (2006) 'Measuring trust inside organisations.', Personnel review., 35 (5), 557-588.

Dirks, .T (1999). The Effects of Interpersonal Trust on Work Group Performance, Journal of Applied Psychology, 84i 445-455.

Fritz, R. L. ve Vandermause, R. (2018). Data Collection via In-Depth Email Interviewing: Lessons From the Field. Qualitative Health Research, 28(10), s.1640-1649.

Fukuyama, F. (1999). Social Capital and Civil Society, http://www.imf.org/external/pubs/ft/seminar/1999/reforms/fukuyama.htm#6. Erişim tarihi: 20.06.2018.

Geller E. S. (1999). Interpersonal tust: Key to getting the best from behavior-based safety coaching, Professional Safety, 44 (4), 16-19.

Giddens, A. (1990). The Consequences of Modernity, Stanford: Standford University Press.

Govindaraj, P. &Jaisankar, N. (2017). A Review on various Trust Models in Cloud Environment, Engineering Science and Technology Review, 10 (2), 213-219.

Grabner-Krauter, S. & Bitter, S. (2015). Trust in online social networks: A multifaced perspective, Forum for Social Economics, 44 (1), 48-68.

Granovetter, M.S. (1973). The Strength of Weak Ties, American Journal of Sociology, 7886), 1360-1380.

Guest, G., Namey, Emily E. ve Mitchell, Marilyn L. (2013). Collecting Qualitative Data: A Field Manual for Applied Research. London: SAGE Publications.

Hakansson, P. & Witmer, H. (2015). Social Media and Trust- A Systematic Literature Review, Journal of Business and Economics, Vol.6, No. 3, 517-524.

Hamalainen, A. (2015). Trust Antecedents in Social Networking Services, MSc program in Information and Service Management, Master's thesis, Department of Information and Service Economy Aalto University School of Business.

Haythornthwaite, C. (2002). Strong, Weak, and Latent Ties and the Impact of New Media, Information Society, 18 (5), 385-401.

Josang, A. , Ismail, R. & Boyd, C. (2007). A survey of trust and reputation systems for online service provision, Decision Support Systems, 4 (2), 618-644.

Katalin, F. (2016) The Social Theory of Trust and the Sociological Theory of Social Capital, Belvedere Meridionale vol. 28. no. 1. 132–139.

Khodyakov, D. (2007). Trust as a Process: A Three-Dimensional Approach, Sociology, 4 (1), 115-132.

Kini, A. & Choobineh, J. (1998). Trust in electronic commerce: definition and theoretical considerations, Proceedings of the 31st Hawaii International Conference on Systam Sciences, Maui, HI, 51-61.

Lewicki, R.J., Tomlinson,E.C. & Gillespie, N. (2006). Models of Interpersonal Trust Development: Theoretical Approaches, Emprical Evidence, and Future Directions, Journal of Management, 32 (6), 991-1022.

Mayer, R. C., Davis, J.H. & Schoorman, F.D. (1995). An integrative model of organizational trust. Academy of Management Review, 20, 709-734.

McAllister, D. (1995). Affect-and Cognition- based Trust as Foundations for Interpersonal Cooperatio in Organizations, Academy of Management Journal, 38 (1), 24-59.

Mcknight, D.H., Carter, M., Thatcher, J.B.& Clay, P.F. (2011). Trust in a spesific technology: An investigation of its components and measures, ACM Transactions on Management Information Systems, 2 (2), 1-25.

Mvemba, L. & Kogeda, O.P. (2014). A Trust Model for Augmenting Relationships in Online Social Networks, https://www.researcgate.net/publication/265375039

Paliszkiewicz, J.O. (2011). Trust Management: Literature Review, Management, 6 (4), 315-331.

Panahi, S., Watson, J.A., Partridge, H. (2015). Fostering interpersonal trust on social media: Physicians' perspectives and experiences, Postgruduate Medical Journal, 92(1084), 70-73.

Putnam, R. (1993). Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy, Princeton, N.J. Princeton, University Press.

Putnam, R.D. (2000). Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community, New York: Touchstone.

Ronzhyn, A. (2013). Online Identity: Constructing Interpersonal Trust And Openness Through Participating In Hospitality Social Networks, Journal of Education Culture and Society, No:1, 47-56.

Sabbatini, F. & Sarracino, F. (2015). Online social networs and trust, EERI Research Paper Series, No: 04/2015, Brussels, Belgium:Economics and Econometrics Research Institute (EERI).

Salo, J. &Karjaluoto, H. (2007). A conceptual model of trust in the environment, Online Information REview, 31 (5), 604-621.

Simpson, J. A. (2007a). Foundations of interpersonal trust. In A. W. Kruglanski & E. T. Higgins (Eds.), Social psychology: A handbook of basic principles, 587- 607.

Simpson, J. A. (2007b). Psychological Foundations of Trust, Current Directions Psychological Science, 16 (5), 264-268.

Six, F.E. (2007). Building Interpersonal Trust within Organizations: A Relational Signaling Perspecetive, Journal Management Governance, 11, 285-309.

Tekin, H. H. (2006). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme, Sosyoloji Dergisi, 3(13), 101-116.

Valenzuela, S., Park, N. & Kee, K.F. (2009). Is There Social Capital in a Social Network Site: Facebook Use and College Students' Life Satisfaciton, Trust, and Participation, Journal of Computer-Mediated Communication, 14 (4), 875-901.

Warren, A.M., Sulaiman, A. & Jaafar, N.I. (2015). Understanding civic engagement behaviour on Facebook from a social capital theory perspective, Behaviour& Information Technology, 34 (2), 163-175.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin Yay. Ankara.

Zaltman, G. & Moorman, C. (1998). The importance of personal trustin the use of research. Journal of Advertising Research, 28, 16-24.

Zand, D.E. (1972). Trust and Managerial Problem Solving, Administrative Science Quartely, 17 (2), 229-239.

Cumhuriyet Sonrası Türkiye Ekonomisinde Gelişmeler ve Bankacılık Sektörü*

Dr. Öğr. Üys. Enver Erdinç Dinçsoy [1] **Başak Oktay Akın** [2]

[1] Trakya Üniversitesi/ Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık, erdincdincsoy@trakya.edu.tr

[2] Trakya Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bankacılık ABD, bask92@hotmail.com.tr

Özet: Finansal sistemin temel unsurunu oluşturan bankacılık sektörünün ekonomi üzerindeki etkileri yadsınamaz bir gerçektir. Cumhuriyet sonrası Türkiye ekonomisinde de bankacılık sektörü farklı dönemlerde farklı ekonomik ihtiyaçları karşılamak için yeniden yapılanma ve yenilenme süreçlerine girmiştir. Süreç içerisinde önemli sosyoekonomik gelişmelerin de sektöre etkileri olmuştur. Bu çalışmada, Cumhuriyetten İkinci Dünya Savaşı'na, İkinci Dünya Savaşı'ndan Planlı Döneme, Planlı Dönemden günümüze kadar olan süreçler incelenmiştir. İzmir İktisat Kongresi, ulusal bankacılığın temellerinin atılmasındaki en önemli yapı taşını oluştururken, 1929 buhranı kamu bankalarının kurulmasını sağlamıştır. 1945 yılından sonra sanayi sektörünün tekrar güçlenmeye başlamasıyla ekonominin toparlanma sürecine girmesi finansal anlamda bankalara olan ihtiyacı artırmıştır. 1980 sonrası uygulanan serbest piyasa koşulları ile serbestleşen finansal piyasalar ve ülke ekonomisine katılan yeni yerli ve yabancı bankalar bankacılık sektöründe daha rekabetçi bir yapının oluşmasını sağlamıştır. 2000 yılında ekonomide baş gösteren olumsuz gelişmeler, Merkez Bankası'nın uyguladığı politikaların da sonuç vermemesiyle, sektörü derinden etkilemiştir. 2007 yılında ABD'de başlayan krizin etkileri bir sonraki yıl tüm dünyada hissedilmiş olup, kriz Türkiye ekonomisinin, günümüze kadar devam edecek olan "Kırılgan Ekonomi" olarak adlandırılması sürecini başlatmıştır. Sonuç olarak, finansal küreselleşme süreci, uluslararası düzeyde yaşanan krizler ve büyük ekonomik gelişmeler bir taraftan bankacılık sektörünün finansal sistem içerisindeki önemini perçinlerken diğer taraftan da sektörün yeniden yapılanma ve regülasyon ihtiyacını artırmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık sektörü, Türkiye ekonomisi, ekonomik kriz, banka

1. GİRİŞ

Cumhuriyet döneminde yapılan İzmir İktisat Kongresi, ulusal bankacılığın temellerinin atılmasındaki en önemli yapı taşıdır. Kongrede; sanayi, tarım ve inşaat sektörüne öncelik verilmesi, üretimde hammadde bağımsızlığını sağlaması, özel teşebbüslerin ekonomi içindeki payını arttırmak için devlet bankalarının kurulması gibi ekonomi açısından önemli kararlar alınmıştır. Türk Devleti'nin çok fazla savaşta bulunmasına rağmen, yabancı sermaye ile mücadele edebilmek için bu kararları alabilmesi Türk bankacılığının yanı sıra devletin mali yapısının güçlenmesinde de büyük rol oynamıştır.

Bankacılık sektörünün tarihsel gelişimi incelendiğinde, Cumhuriyetten günümüze kadar çeşitli olayların sektöre olumsuz etkileri gözlemlenmektedir. Bu dönemleri Cumhuriyetten İkinci Dünya Savaşı'na (1923-1939), İkinci Dünya Savaşı'ndan Planlı Döneme (1939-1980), Planlı Dönemden ise günümüze kadar (1980-2017) olan süreç incelenecektir.

2. 1923-1939 DÖNEMİ

Cumhuriyet döneminde bağımsız bir devlet olma amacıyla 1924 yılında kurulan ilk banka İş Bankası'dır. Bu dönemde İş Bankası A.Ş.'nin ilk özel sermayeli mali kuruluş olarak görevi; gayrimenkul alım satımını sağlamak, tüm sınai, ticari işlerle uğraşmak ve bu alanda çalışan kuruluşlara kredi imkânı sağlamaktır (Şahin, 2009: 35).

İzmir İktisat Kongresi'ndeki kararlar doğrultusunda 1925 yılında ilk kalkınma bankası olarak kabul edilen Sanayi ve Maadin Bankası kurulmuştur. Bankanın kuruluş amaçları sanayi ve madencilik alanında faaliyet gösterecek girişimcilere kredi sağlamak, bu kişiler ile ortaklık kurmak ve devlete ait olan kuruluşları geçici süreyle işletmektir. Sanayi ve Maadin Bankası'nın 1932 yılında işletmecilik işlevi Devlet Sanayi Ofisine, bankacılık işlevi de Sanayi Kredi Bankası'na devredilmiştir. Ancak, Sanayi Kredi Bankası da uzun süre faaliyet gösterememiş ve 1933 yılında tamamıyla Sümerbank'a devredilmiştir (Zarakolu, 2003: 25).

* Bu çalışma, Bilim Uzmanı Başak OKTAY AKIN tarafından Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Dr. Öğr. Üyesi Enver Erdinç DİNÇSOY danışmanlığında yürütülen "Kamu Bankalarının Türkiye Ekonomisinde Yeri ve Önemi" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

1924 yılında Ziraat Bankası için bir iyileştirme yapılarak anonim şirket konumuna getirilmiş ve tarımla uğraşan kesimin kredi ihtiyacının sağlanması amaçlanmıştır.

Cumhuriyet döneminde bankacılık sektörünün gelişimine katkı sağlayan bir diğer banka ise 1926 yılında kurulan Emlak ve Eytam Bankası'dır. Bankanın kuruluş amacı savaştan çıkmış ülkenin yeniden oluşumu için konut yapımında gerekli krediyi finanse etmektir. Ancak banka 1946 yılında tamamen Emlak ve Kredi Bankası'na devredilmiştir (Yaşa, 1980: 468).

1929 yılında yaşanan Büyük Buhran ile birlikte dünya ekonomisi olumsuz etkilenmiştir. Büyük Buhran'dan sonra dünyada tarım ve hammadde ile ilgili çok fazla üretim yapılması Türk çiftçilerin gelirlerini azaltmıştır. Bunun sonucunda Türkiye ekonomisiyle ilgili şu sonuçları söylemek mümkündür (Koçtürk vd., 2010: 56);

- Dış borçlar ödeme sıkıntısı ve ithalatta azalma
- Türk tarım ürünlerinin dünyada da çok fazla üretilmesi, fiyatların düşmesine ve ihracatın azalmasına sebep olmuştur.
- Türkiye için ithalat vb. ihtiyaçlarının finansmanının zorlaşması
- Türkiye' nin dış ticaret açığında artış

Buhran, tüm dünyada, özellikle de bankacılık alanında çok büyük kaygı yaşanmasına sebep olmuştur (İnce, 2008: 293). Bankaların, müşterilerin yatırımlarını kendi imkânlarıyla korumaya çalıştığı ve bankacılık işlemlerinde çok fazla azalma görülmüştür. Türk Hükümeti, konuyla ilgili çeşitli incelemeler yaparak yasal düzenlemelerde bulunmuş ve bu alandaki sorunların çözümlenmesi için 1930 yılında Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası kurulmuştur. Devlete ait ulusal bir banka kurulması fikrinin temelleri İktisat Kongresi'nde atılmış ancak bu fikir 1930 yılında gerçekleştirilebilmiştir. Merkez Bankası'nın asıl amacı ekonomik kalkınmanın sağlanması ve bununla birlikte birtakım görevleri yerine getirmektir.

Bu dönemde bankacılık sektöründe de önemli gelişmeler yaşanmış ve tek şubeli yerel bankaların kapatılması kararı alınmış veya şube bankacılığının yaygınlaştırılması amacıyla bu bankalar, ulusal bankaların şubeleri haline dönüştürülmüştür (Paçacı, 1998: 3398).

1933 tarihinde Belediyeler Bankası kurulmuştur. Yerel altyapı yatırımlarında kullanılacak kredilerin yüksek maliyetli olması kamu kaynaklarından oluşan bir banka kurulmasını mecburi hale getirmiştir. Belediyeler Bankası'nın kuruluşunun iki yıl sonrasında, bu altyapı yatırımlarını gerçekleştirecek mali ve teknik imkâna sahip olmayan belediyelerin sorunlarını çözmek için amacıyla Belediye İmar Heyeti kurulmuştur. Belediyeler Bankası ve İmar Heyeti'nin birleştirilmesiyle 1949 yılında İller Bankası kurulmuştur. İller Bankası'nın kuruluş amacı; sadece belediyelere kredi sağlamak değil, İl Özel İdareleriyle belediye ve köy idarelerinin kuracakları tüm bağlı kurumların mali ve imar işlerini yerine getirerek yatırım açısından ön plana çıkmaktadır.

Halkbank, dönemdeki bir diğer önemli kamu bankasıdır. Esnaf ve sanayi kuruluşlarının finansal anlamdaki sıkıntılarını gidermek ve uygun fiyatlı kredi imkânları sağlamak amacıyla 1933 yılında kurulmuştur.

Cumhuriyetin ilanından itibaren 10 yıl boyunca özel sektörün geliştirilmesi için teşviklerde bulunulmuş ve sanayileşmede özel sektöre öncelik verilmiştir. Devlet bu dönemde, 1934 yılında Birinci Yıllık Sanayi Planı'nı uygulayarak sanayi alanındaki yatırımlarını planlamıştır (Zarakolu, 1993: 38, Akgüç, 1989: 28).

1934 Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı, Türkiye ekonomisinin gelişmesi için bir fırsat niteliğinde görülmüş ancak sadece sanayi sektörünü içermesi ekonomi sektörünün büyük bir kısmını planın dışında bırakmıştır.

Etibank; maden yataklarını ve enerji kaynaklarını işletmek ve değerlendirmek, işletenlerin finansman ihtiyacını karşılamak, enerji üretmek ve ihtiyaç duyulan sermayenin sağlanacağı tüm bankacılık işlemlerini yerine getirmek amacıyla 1935 tarihinde kurulmuştur. Bu dönemde kurulan Denizbank ise; gelişen denizcilik sektörünün finansman ihtiyacını sağlamak üzere 1938 yılında kurulan bir devlet bankasıdır.

Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı'nın uygulanması ve yönetilmesi başarılı olduğundan, planın kapsamadığı alanları içeren İkinci Beş Yıllık Sanayi Planı 1936 yılında uygulamaya konmuştur. Dış ticaret açığının yüksek oluşu, dışsatımın arttırılması gereğini ortaya çıkarmıştır. Ancak İkinci Dünya Savaşı'nın sinyallerinin alındığı bu dönemde İkinci Plan uygulanmayıp, yerine İktisadi Savunma Planı (1939) hazırlanmıştır.

Birinci Plan'ın uygulanmasıyla birlikte sanayi alanına büyük yenilikler getirilmiş ve geleceğe yönelik sanayi, demiryolu, madencilik gibi birçok alanın temelleri bu dönemde atılmıştır. İkinci Dünya Savaşı döneminde tüm

dünya gibi Türkiye'de ekonomide olumsuzluklar yaşamıştır. Cumhuriyet'in ilk yıllarındaki kapalı ekonomi politikası terk edilerek, dışa açık politikalar uygulanmış ve liberalizm ön plana çıkmıştır.

3. 1940-1980 DÖNEMİ

İkinci Dünya Savaşı'nın bitmesiyle, 1945 yılından sonra ekonomi toparlanma sürecine girmiştir. Artan nüfus, yeni yatırımlar, işletmelerin artması ve sanayi sektörünün tekrar güçlendirilmeye başlamasıyla finansal anlamda bankalara olan ihtiyaç artmıştır. Dönemin en fazla dikkat çeken özelliği ise özel sektöre desteğin artması ve ekonomik refahın sağlanması olmuştur. Bununla birlikte sanayileşme stratejisinde, devletçiliğin yerini kalkınma politikası almıştır.

Bu dönemde kurulan özel bankalardan bazıları: 1944 yılında Yapı ve Kredi Bankası, 1946 yılında Garanti Bankası, 1948 yılında Akbank, 1950 yılında Türkiye Sınai Kalkınma Bankası, 1954 yılında Vakıflar Bankası ve 1955 yılında Pamukbank'tır.

Ekonominin durgunlaştığı 1950'den sonraki yıllarda uygulanan, bankacılığın gelişimi, bir sistem içerisinde yürütülmesi, bankalar arasındaki adaleti sağlamak amacıyla Türkiye Bankalar Birliği 1958 yılında kurulmuştur. Yine aynı dönemde Bankalar Kanunu çıkarılmış böylece tüm bankaların uymak zorunda olduğu bir düzenleme getirilmiştir. Özel bankaların sayısının arttığı bu dönemde, 1950-1960 yıllarında 3 tanesi özel kanunlarla olmak üzere 24 tane yeni banka kurulmuştur (Başar ve Coşkun, 2006: 28).

1958 yılı istikrar programında ekonominin düzeltilebilmesi için devalüasyon yapılmıştır. İthal malların fiyatı arttırılmış, yabancı para karşısında değer kaybeden ulusal para ile ihracatın arttırılması istenmiştir. Ancak artan ithal malların fiyatları, ülke içindeki fiyatları da arttırmış ve ekonomik denge bozulmuştur.

1960'lı yıllarda planlı döneme geçilmiş ve kamu işletmelerinin kuruluşuna bir sınırlama getirilmiştir. Yeni bankaların kurulmasına sınırlama getirilmesine karşın bankaların şube sayıları artırılmasıyla beraber, kalkınma ve yatırım bankalarının kuruluşu desteklenmiştir. Aynı dönemde holdingleşme, özel sektöre yatırım amaçlı katkı sağlayacağı için holding bankacılığı artmış, holdinglerin denetim işlevi de kendileri tarafından yapılmıştır. 1970' lerin sonuna gelindiğinde içe dönük büyüme sonucu ortaya çıkan döviz kriziyle ekonominin durma noktasına gelmesine sebep olmuş ve yeni bir sermaye birikimi benimsenmeye çalışılmıştır. Ekonomik istikrarın sağlanması için uygulanan Kalkınma Planı 1963 yılında uygulanmaya başlamıştır. Kalkınma Planında yer alan yatırımların gerçekleştirilmesi ve ithal edilen malların yurt içinde üretilmesi amaçlanmıştır.

Bu dönemde kurulan kalkınma ve yatırım bankaları sırasıyla şu şekildedir (Altay, 2010: 343): 1962 yılında T.C. Turizm Bankası, 1963 yılında Sınai Yatırım ve Kredi Bankası, 1964 yılında Devlet Yatırım Bankası, 1968 yılında Türkiye Maden Bankası, 1976 yılında Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası' dır.

Bankacılık faaliyetlerinin kapsamı ve doğası zamanla gelişmiştir. 1960'ların sonu ve 1970'lerin başında, hızla gelişmekte olan finansal piyasalarda, dalgalı faiz oranları nedeniyle oynaklık, bankaları belirsizliğe karşı tedbir almaya zorladı. 1970'lerdeki ekonomik krizlerin bir sonucu olarak, sonraki yıllarda, piyasada fiyatlarda görülen dalgalanma arttı.

4. 1980 SONRASI DÖNEM

1980 yıllarına gelindiğinde ise ithal ikameci politikası bırakılarak, dışa açılma politikası uygulanmıştır. 1980 öncesi ağırlıklı şekilde finansal anlamda kısıtlama uygulanırken 1982 yılından sonra daha serbest bir uygulama söz konusu olmuştur (Kopits, 1987: 2). Uygulanan serbest piyasa koşulları ve serbestleşen mali piyasalar bankacılık sektöründe önemli gelişmelere neden olmuştur. Faiz hadlerinin serbestleşmesi ve ülkeye giren yerli ve yabancı bankalar sektörde rekabet artışına ve canlılığa sebep olmuştur. Aşırı rekabet artışı sektörde kırılganlığa neden olabilir; bu sebeple de rekabet üzerinde kısıtlama yapılması bankacılık sistemindeki istikrarı korumak açısından gereklidir (Beck, 2008: 3). Denetimsiz rekabetle sonuçlanan 1970 ve 1980'li yıllardaki finansal serbestleşme, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde oldukça fazla kırılganlıkla sonuçlanmıştır. Ortaya çıkan denetimsiz rekabet artışı 1982 yılında bir döviz krizine neden olmuş ve bankaların iflasıyla sonuçlanmıştır. Bu kriz sonucunda yatırımcıları güvence altına almak ve menfaatlerini korumak üzere Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) kurulmuştur. Aynı dönemde bankacılık sektöründeki döviz alış verişini arttırmak ve yatırımcıların fonlarını yurtdışına aktarmasına engel olmak amacıyla ticari bankalarda döviz bulundurulmasına karar verilmiştir. 1983 yılında ise faiz oranlarının kontrolü Merkez Bankası'na geçerek bir sınırlama getirilmiş

ancak 1988 yılında faiz oranları tekrar serbest bırakılmıştır. 1994 yılında yaşanan ve devalüasyon ile sonuçlanan ekonomik krizde Merkez Bankası faiz oranlarını tekrar kontrol altına almıştır.

1980 yılında Türkiye'de faaliyette olan bankaların sayısı 44 iken, 1992 yılının sonunda bu sayı 71'e çıkmış, 16 yabancı sermayeli banka ise ülkemizde şube açmıştır (Sönmez, 2014: 22).

1990'lı yıllarda bütçe açıklarının ticari bankaların kaynaklarıyla kapatılmaya çalışılması ilerleyen yıllarda yaşanacak krizin temel noktası niteliğindedir. 1994 yılında bütçe açıklarının artmasına rağmen genişleyici para politikasının uygulanmak istenmesi ve faiz oranlarının düşürülmek istenmesi kaçınılmaz bir kriz ortamı yaratmıştır. Yatırımcıların, yatırım aracı olarak TL'yi kullanmak istememesi sonucu faiz oranları artmış ve TL devalüe edilmiştir. 1995 yılından itibaren başlayan piyasalardaki büyüme, etkisini bankacılık sektöründe de göstermiş, TL cinsinden yatırımlar artmıştır.

1998 yılında ise Uluslararası Para Fonu (IMF) ile bir Yakın İzleme Anlaşması yapılmıştır. Bu anlaşma ile Türkiye herhangi bir kredi alma sürecine girmemiş, yalnızca Türkiye'nin uyguladığı ekonomik programa destek verilmiştir. Hemen sonrasında bankalara vadeli işlem ve açık pozisyon sınırlaması getirilmiş, dolayısıyla bankalar da açık pozisyonlarını kapatma çabasında bulunmuştur (Yetiz, 2016: 9). IMF ile imzalanan anlaşmadan sonra ise 1999 yılında 18. stand-by anlaşması imzalanmıştır. Bu anlaşma ile enflasyonun uygun seviyelere gelmesi, oluşturulacak kamu maliye sisteminin devamlılığının sağlanması ve ekonomik büyümenin kalkınma düzeyini arttırması amaçlanmıştır.

Bankaların işleyişindeki aksaklıklar, kamu bankalarındaki mali sorunlar, özkaynak yetersizliği ve kamu açıklarının mali sistemin işleyişine olumsuz etkisi gibi sebepler bankacılık sisteminde bir denetim ve disiplin ihtiyacını ortaya çıkarmış ve BDDK 19 Aralık 1999 yılında kurulmuştur (Gediz, 2002: 56). Bağımsız bir kuruluş olan BDDK bankaların kuruluşundan tasfiyesine kadar tüm kararların alınmasında yetkili kılınmıştır. Bununla birlikte BDDK' nın mali piyasaların etkinliği, kredilendirme sürecinin ve fon sahiplerinin finansal anlamdaki haklarının korunması gibi hususlarda önemli görevleri bulunmaktadır.

2000 yılında bankacılık sektörü büyük bir çöküş yaşamıştır. Merkez Bankası'nın uyguladığı politikanın sonuç vermemesiyle ekonomide oluşan olumsuzluk sektörü derinden etkilemiştir. Yerli ve yabancı bankaların dövize yönelmesiyle birlikte, Şubat 2001'de döviz kuruna dayalı istikrar programı bırakılmış ve dalgalı kur rejimine geçilmiştir (TCMB, 2008: 12). Bu krizin temelinde kamu sektöründe artan borçlanma, bankacılık sektörünün denetim açısından zayıf olması ve cari açığın sürekli olarak artması gibi sebepler mevcuttur.

2000 yılında IMF ve Dünya Bankası'nın desteğiyle Enflasyonu Düşürme programı uygulanmıştır. Enflasyonun artış sebebinin, kamu açıkları olduğu belirlenmiş ve bu açıkların finansmanı konusunda önlemler alınmıştır. İlk olarak kamu harcamalarının azaltılması hedeflenmiş ve iç borç miktarını azaltmak için IMF ve Dünya Bankası' ndan düşük faizlerle kredi kullanılmıştır. Ayrıca program ile ekonomik büyüme, reel faiz oranlarında istikrar ve kaynak dağılımındaki eşitlik ön plana çıkarılmıştır.

2000 ve 2001 yıllarında yaşanan krizle birlikte piyasalardaki denge bozulmuştur. Ekonominin temelleri kötüleşmeye başladıkça, gelişmekte olan ekonomilerde yabancı yatırımcıların risk algıları artmıştır. Böylelikle yabancı sermayenin büyük miktarda dışarı gitmesi sorunu ortaya çıkmıştır. Bu durumda dövize yapılan müdahale, yerel para birimlerinin ani ve keskin bir şekilde değerinin düşmesine neden olmaktadır.

2000 yılında Türkiye'nin likidite krizinde istisna bulunmuyordu. Bazı ekonomistler, likidite krizini 2000 yılında dünya ekonomisindeki olumsuz koşullara bağladı. Likidite krizine yol açacak programda, özel istikrar programına önem verilmekte ve doğal iletişim yöntemleri olup olmadığını araştırılmaktadır. 2000 yılında likidite krizine yol açan 3 nedenden bahsetmek gerekirse (Alper, 2001: 59):

Doğru haber akışını sürdürmede ve sermaye girişlerini desteklemede uygulanan başarısız hükümet politikaları,

Döviz kuru riskine karşı yeterli sigorta sağlanması bakımından programın IMF tarafından desteklenmemesi,

Başlangıçtaki faiz oranının altına düşmesinin yol açtığı programda tasarım hatası olarak sayılacak "sterilizasyon yok" kuralı uygulanmasıdır.

Bu faktörler, kırılgan bankacılık yapısı ve olumsuz dış koşullar birleşince krize yol açmıştır. Faiz oranlarının çok fazla yükselmesiyle de bankaların portföylerindeki kıymetler değer kaybetmiş ve vadede oluşan uyumsuzlukla fonlama zararı artmıştır (Bektaş, 2010: 34). Bankacılık sektörünün, yapısal olarak sorun yaşaması ve bu dönemdeki ulusal ve özel bankaların mali yapılarında meydana gelen bozulmanın sebebi olarak faiz oranlarındaki artış gösterilebilir. Bu güvensiz ortamda ellerinde döviz bulunan yatırımcılar dövizlerini piyasaya

aktarmamış böylece döviz piyasası da sıkışıklık yaşamıştır. Kamu bankalarının likidite ihtiyacı karşılanamadığı için ödemeler sisteminde aksaklıklar meydana gelmiştir. Ayrıca finansal anlamda sıkışıklık yaşanan sektörde yeni kredi imkânı da azalmış ve geri ödemelerde sorunlar meydana gelmiştir. Yalnızca banka çalışanları değil, bankalar da sermayelerinin büyük çoğunluğunu kaybetti ve yargılanmak zorunda kaldı. Şubat 2001 krizinin temel nedeni; bankacılık sektöründeki malpraktis vakaları ve toplu olarak büyük bir likidite sıkışıklığına neden olmasıdır (Vainu, 2005: 218).

Banka likiditesinin tanımı; likit varlıklar karşısında, ihtiyaç halinde fon toplama yeteneğine doğru yön değiştirdi. Bu kesişme, faiz oranlarında yüksek seviye ve dalgalanmalar meydana getirmekte dolayısıyla da faiz riski artmaktadır. Fon kaynaklarının daha uzun vadeli krediler ile birleşmesi durumunda bankaların gelir tablolarında kayıplar meydana gelmiştir. Buna önlem olarak, bankalar kredilerde değişken faiz uygulama yoluna gitmiştir. Bu faiz oranı riskini, kredi müşterilerine aktararak kredi riskini arttırmıştır. Aynı zamanda uluslararası bankacılık da hız kazanmıştır. Bankalar hem uluslararası pazardan fon toplamış hem de dış pazarlara yatırım yapmıştır. Bu ise döviz riskine sebep olmuştur.

Kalıcı makroekonomik, özellikle de enflasyonist gerginlikler, çözülmemiş yapısal ve kurumsal sorunlar ve kötü kredilerin toplanması, yeni bir durgunluğa neden olan açık veya gizli bankacılık krizinin başlangıcı olmuştur (Barisitz, 2008: 8). Bu dönemde döviz kuru şokları artmıştır. Krizden ilk etkilenenler küçük ve orta büyüklükteki bankalardı. Krizin büyümesiyle birlikte yetkililer harekete geçmiş ve Merkez Bankası ile birlikte deneyimleriyle müdahalede bulunmuştur.

2001 krizinden sonra uygulamaya konulan "Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı" (GEGP) ile artan döviz kuru, kredi işlemlerindeki düşüşler, harcamalardaki azalışlar ve dış ticaretteki duraksama gibi ekonomiyi etkileyen olaylara engel olunmak istenmiştir. Program ile ilk olarak Türkiye'nin kamu borçları kapatılıp, ekonomik borçlanma anlamında dışa bağımlı bir ülke olmasının önüne geçilmesi istenmiştir.

Kriz ortamından kurtulmak, bankacılık sektöründe büyüme, karlılık ve canlılık sağlamak amacıyla "Bankacılık Sektörü Yeniden Yapılandırma Programı" uygulamaya konmuştur. Bu süreçte yabancı bankaların tecrübelerinden yararlanılarak onların teknik ve mali olarak desteğinin sağlanması hedeflenmiştir. Bu sayede yabancı bankalar da sistemde yerini almış olacaktır. Ayrıca mali sistem üzerinde oluşan sorunların da ortadan kaldırılabilmesi için yeni düzenlemelere ihtiyaç duyulmuştur. Programın tüm finans sektörü tarafından uygulandığı takdirde sonuç vereceği bilinci oluşturulmuş ve program başlatılmıştır. Bu program ile krizden olumsuz etkilenen finans kuruluşlarına ödeme güçlerini tekrar kazandırmak ve özel sermayeli bankalara sermaye konusunda destek sağlamak amaçlanmıştır.

Bu programla birlikte daha çok gündeme gelen bankacılık sektöründeki yapısal sorunları değerlendirmek ve çözümlemek amacıyla 12 Mayıs 2001 yılında Bankacılık Kanunu'nda önemli değişikliklere gidilmiştir. Bu değişiklikler kısaca; bütünüyle bağımsız olacak bir denetim ve gözetim otoritesi, yönetim anlayışının değiştirilmesi ve risk izleme sisteminin düzenlenmesi, bankacılık sektöründe süregelen mali sorunların oluşmaması için çeşitli önlemlerin alınacağı bir sistem oluşturulmasıdır (Güçlü, 2004: 8). 2001 yılında uygulamaya geçirilen program 2002-2004 yılları arasında güncellenerek uygulanmış, ekonominin şoklara karşı kendini koruması, enflasyonun düşürülmesi, borçların azaltılması, ekonomik durumun iyileştirilmesi ve istikrarın sağlanması hedeflenmiştir. Bu hedeflerin büyük çoğunluğunun gerçekleştirilmiş olması ve uygulamanın 2007 yılına kadar devam etmesi bankacılık sektörünü olumlu yönde etkilemiştir.

Bu dönemde yaşanan cari açıklar da programla birlikte özel kesim net tasarruflarında bir gerileme olması sebebiyle artmıştır. Kamu kesimi net tasarrufları artsa bile cari açığı kapatmak için yeterli olamamıştır.

Yeniden yapılandırma süreci, bankacılık sektörünün sağlamlaştırılması ve oluşacak herhangi bir kriz ortamının en az hasarla atlatılabilmesi için düzenlemiş aynı zamanda yeni bir soluk getirerek, bankalar arası devir ve birleşmelere yol açmıştır. Yapılandırma süreciyle beraber Kamu bankaları, TMSF'ye devredilen bankalar ve özel bankalarla ilgili yeni düzenlemeler yapılmış ve denetim etkinliği arttırılmıştır. Özel bankalar sermayelerini güçlendirmiş, gelişme gösteremeyen bankalar ise birleşme veya devir yoluna gitmiştir. Kamu bankaları ise yeniden yapılandırılmış, zararları devlet iç borçlanma senetleri karşılığı ödenmiştir.

Bankacılık sektörüne getirilen yeni düzenlemelerle sektör hızla gelişmeye devam etmiştir. Bu gelişmeye teknolojinin de eklenmesiyle sisteme yeni finansal ürünler getirilmiş ve bankacılık sisteminde karşılaşılan risk faktörleri de ön plana çıkarılmıştır.

Yabancı Sermaye girişinin artışıyla birlikte bankacılık sektörü gelişmeye başlamıştır. Bununla birlikte bankacılık sektörünün uluslararası özellik kazanması da söz konusu olmuştur. Bankacılık sektörünün uluslararası konumu

için yeni kuralların oluşturulması ve uygulanması gerekmekteydi. İlk olarak 1988 Yılında yayımlanan Basel-I Kriterleriyle bankacılık sektöründeki gereksinimler belirlenerek giderilmeye çalışılmış ve bankaların üstlendikleri risk faktörleri göz önüne alınmıştır. İstenen bankacılık gelişimi sağlanamadığı için ve aksaklıkların devam etmesi sebebiyle 2004 yılında Basel II Kriterleri getirilmiştir. Basel II'nin temel özelliği her bankanın kendi içindeki risk profillerinin belirlenmesi, her müşteri grubu için ayrıca risk dağılımının yapılması, finansal tabloların detaylı ve net bir şekilde açıklanıp sektöre yön verilmesidir.

Makroekonomik istikrarsızlıklar ve finansal yapıdaki zayıflıklar ekonomiyi kırılgan hale getirebilmektedir ve hatta ekonomik riskler bankacılık sisteminin işleyişinden ve sektörel verilerinden anlaşılabilmektedir (Çan ve Okur Dinçsoy, 2016: 200, 209). 2007 yılında ABD'de başlayan krizin etkileri bir sonraki yıl tüm dünyada hissedilmeye başlamıştır. Mortgage krizinin ortaya çıkmasına ise piyasa yapısındaki düzensizlik, piyasa denetimlerindeki eksiklik ve sürdürülen politikalardaki uygulanan yöntemler sebep olmuştur. (Tong and Wei, 2008). Mortgage sisteminde kişilerin kira öder gibi ev sahibi olması amaçlanmış ancak çok fazla kişinin tercih etmesi nedeniyle konut fiyatları artmıştır. Kredinin ödenip ödenmeyeceği araştırılmadan riskli müşteri gruplarına da kredi verilmiştir. Bankalar, bu kredilerin ne kadar riskli olduklarını umursamadılar çünkü bu kredilerin bir kaç hafta sonra sahibi oldukları, Wall Street zincirine satılacağı ve Wall Street' in ise onları "global para havuzuna" satacağı belirtilmiştir (Reavis, 2012: 10).

Bu sistemle kredi kullandıran bankalar alınan gayrimenkule ipotek konulduğu için geri ödenmeme durumunda evi satabilecekti. Subprime Mortgage krediler, risk faktörlerinden veya düşük kredi kalitesi nedeniyle geri ödeyememe olasılığı yüksek olan, ABD'deki alt gelire sahip kişilerin de ev sahibi olabileceği bir yenilik olarak kabul edilmiştir (Bajari, Chuve Park, 2008). Subprime krediler çok fazla kullandırıldığından menkul kıymetleştirme ve riski dağıtma yoluna gidilerek zarar giderilmeye çalışılmıştır. Bununla birlikte türev ürünler olarak adlandırılan, kredi kullandıran bankaların geri ödenmeme riskini bir başka kuruluşa devretmesiyle zincirleme bir kriz ortamını hazırlamıştır.

Kredilerin geri ödenmemesi ve konut fiyatlarındaki düşüş likidite sıkışıklığına yol açmıştır. Bu likidite sıkışıklığına sebep olan krizin etkileri ilk olarak fazla likiditeye sahip firmalarda hissedilmektedir. Ancak reel ekonomiye zarar veren likidite sıkışıklığı sadece kriz ile meydana gelmemektedir; firmaların üretim talebi, tüketici güveninin kırılması ve bununla birlikte cari ve gelecekteki tüketici harcamalarının azalması da likidite sıkışıklığına neden olabilmektedir.

Küreselleşme süreci ve uluslararası düzeyde yaşanan krizler bankacılık sektörünün finansal sistem içerisindeki önemini giderek artmıştır (Duğru ve Dinçsoy 2014: 48) ve Mortgage krizi finans piyasalarını küresel düzeyde olumsuz etkilemiştir. Krizin etkisiyle birçok şirket iflas etmiş, kredi işlemleri durmuş ve sektördeki tüm ekonomik faaliyetlere ara verilmiştir. Krizin etkilerinin ekonomi üzerindeki olumsuzluğu artmaya devam etmiş ve piyasada finansal kısıtlama meydana gelmiştir. Bu kısıtlama yalnızca bankaların borçlanmasından değil aynı zamanda her türlü dış finansman artışından da anlaşılmaktadır.

Türkiye ekonomisi kriz sonrası yüksek büyüme oranları ile toparlanma sürecine girmiş ve faiz oranlarında düşüşler meydana gelmiştir. Yaşanan likidite sıkışıklığı azalmış ve reel sektörde verilen krediler artmıştır. Bankaların toplam aktifleri artış göstermiştir. İthalat ve ihracatta 2009 yılına göre artış sağlanmıştır.

2010 yılına gelindiğinde ekonomik faaliyetler desteklenmeye devam etmiş, enflasyonun düşmesi, TL talebinin artırılması çabası, özkaynak yeterliliğinin sağlanması, kredi talebinin yüksek olması, yurt dışı kaynak girişinde artış görülmesi, para ve sermaye piyasasında istikrarın sağlanması gibi olumlu etkenler sayesinde bankacılık sektörü gelişmeye devam etmiştir (Türkiye Bankalar Birliği; 2011: 5).

TBB verilerine göre 2010 yılında Türkiye'de faaliyet gösteren banka sayısı 49 olmuştur. Bunlardan 32 tanesi mevduat bankası, 4 tanesi katılım bankası, 13 tanesi ise kalkınma ve yatırım bankasıdır. Mevduat bankalarından 3 'ü kamu bankasıdır.

Cari açık veren gelişmekte olan ülkelerin özelleştirme politikaları sonucu borç miktarı sürekli artan, dış finansal güvenliği olmayan, yüksek faiz karşılığı dışarıya kaynak aktaran, ekonomiler ortaya çıkmıştır. Türkiye gibi ülkelerde borç ve yatırım açıkları artarken, para ve sermaye piyasaları geliştirilememektedir. FED'in 2013 yılından sonra dünyaya sağladığı finansmanı yüksek faizle geri alması gelişen ülkelerde ters sermaye akımlarına sebep olmuştur. Türkiye gibi gelişen ülkelerden çıkmaya başlayan bu para, bütçe açığı ve büyüme konusunda

ciddi sorun haline gelmiştir. Varlık fonu da bu noktada, planlanan projelere finansman sağlayarak bütçe açığının artmasını engellemek için, önemli kuruluşları bünyesine alarak[1], kurulmuştur.

2015 yılında Türkiye'de 32 adet mevduat, 13 adet kalkınma ve yatırım, Ziraat Katılım Bankası'nın da eklenmesi sonucu 5 adet katılım bankası ile toplam banka sayısı 50' ye ulaşmıştır. Günümüzde ise bankacılık sektöründe 2017 yılı verilerine göre toplam 33 tane mevduat, 13 tane kalkınma ve yatırım, 5 adet katılım bankası ve 3 adet kamu bankası bulunmaktadır.

5. SONUÇ

İzmir İktisat Kongresi, ulusal bankacılığın temellerinin atılmasındaki en önemli yapı taşını oluştururken, 1929 buhranı kamu bankalarının kurulmasını sağlamıştır. 1945 yılından sonra sanayi sektörünün tekrar güçlenmeye başlamasıyla ekonominin toparlanma sürecine girmesi finansal anlamda bankalara olan ihtiyacı artırmıştır. 1980 sonrası uygulanan serbest piyasa koşulları ile serbestleşen finansal piyasalar ve Ülke ekonomisine katılan yeni yerli ve yabancı bankalar bankacılık sektöründe daha rekabetçi bir yapının oluşmasını sağlamıştır. 2000 yılı sonrası yaşanan krizin etkisiyle Enflasyonu Düşürme Programı (2000), dalgalı kur rejimi (2001), Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı (2001) ve son olarak da Bankacılık Sektörü Yeniden Yapılandırma Programı (2001) uygulanmıştır. 2008 küresel finans krizi sonrasında da, 2001 yılında regülasyonlarla başlayan, yapılanma devam etmiş ve bu süreç Türkiye'yi Varlık Fonu'na kadar getirmiştir. Sonuç olarak, Türkiye'de de bankacılık sektörü finansal sistemin en temel unsurdur ve yapısal olarak yenilenmesi/gelişmesi Cumhuriyet Dönemi'yle başlamıştır. Günümüze kadar geçen sürede Ülke ekonomisinde yaşanan ekonomik gelişmeler, ulusal/uluslararası bankacılık sektöründe meydana gelen değişmeler ve sektörün ihtiyaç duyduğu regülasyonlar Türk Bankacılık Sektörü' nün bugünkü yapısının oluşmasını doğrudan etkilemiştir.

KAYNAKÇA

Akgüç, Öztin, (1992). 100 Soruda Türkiye'de Bankacılık, Gerçek Yayınevi, İstanbul.

Alper, Emre C., (2001). "The Turkish Liquidity Crisis of 2000: What Went Wrong", Russian and East European Finance and Trade.

Altay, N. Oğuzhan, (2010). "Türkiye'de Liberal Politikaların Bankacılık Sektörüne Etkileri (1847–1979)", Ege Akademik Bakış, 10(1), 319-350.

Bajari Patrick, Chenghuan Sean Chu ve Minjung Park, (2008). "An Emprical Model of Subprime Mortgage Default From 2000 to 2007", NBER Working Paper.

Barisitz, Stephen, (2008). "Banking Transformation (1989 - 2006) In Central And Eastern Europe- With Special Reference to Balkans", Working Paper, Bank of Greece Eurosystem.

Başar, Mehmet ve Coşkun, Metin, (2006). Bankacılık Uygulamaları, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Beck, Thorsten, (2008). "Bank Competition and Financial Stability:Friends or Foes?", Policy Research Working Paper, The World Bank.

Bektaş, Hatun, Emine, (2010). Bankacılık Krizleri Ve Türk Bankacılığına Etkileri, (Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İşletme Eğitimi Anabilim Dalı Bankacılık Eğitimi Bilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara.

Çan, Hande ve Okur Dinçsoy, Meltem, (2016). Kırılganlık Göstergeleri ve Kırılgan Beşli Ülkeleri Üzerine Bir İnceleme, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 22, 199-217.

Duğru, Meltem ve Dinçsoy, Enver Erdinç, (2014). Bankacılık Hizmetlerinin Pazarlanmasında Bölgesel Müşteri Profilinin Önemi Üzerine Bir Alan Çalışması, Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergisi, 3(2), 46-72.

Gediz, Burcu (2002). "Bankacılık Sektörü' nün Yeniden Yapılandırılması ve Çözüm Önerileri", Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 1(2), 53-74.

Güçlü, Hakan, "Bankacılık Sektörü Yeniden Yapılandırma Programı", 2008 http://www.hakanguclu.com/calismalar-htm/ (28.12.2017).

İnce, Erdal, (2008). "1929 Dünya Ekonomik Buhranını Almanya'daki Etkisi ve Bu Etkinin İzmir Finans Piyasasına Yansıması", Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi, 7(16), 291-309

Koçtürk, Murat ve Gölalan, Meryem, (2010). "1923- 1950 Türkiye Ekonomisinin Yapısal Analizi", Üçüncü Sektör Kooperatifçilik, 45(2), 48-65.

Kopıts, George, (1987). Structural Reform, Stabilization, and Growth in Turkey, International Monetary Fund.

Paçacı, Cihan, (1998). "Cumhuriyet Döneminde Türk Bankacılık Sektörü", Yeni Türkiye Dergisi, 23-24, Cumhuriyet Özel Sayısı.

Reavis, Cate, (2012). "The Global Financial Crisis of 2008: The Role of Greed,Fear, and Oligarchs", Mits Loan Management.

[1] Cumhuriyet öncesi döneme dayanan Ziraat Bankası' nın hisseleri dahil olmak üzere Halk Bankası, THY gibi kurumların kamuya ait hisseleri de TVF yönetimine geçmiştir. Vakıflar Bankası'nın TVF' ye devriyle ilgili süreç devam etmektedir.

Sönmez, Alp, K.K., (2014). Türkiye'de Yabancı Sermayeli Bankaların Gelişimi ve Yabancı Sermayeli Altı Bankanın Özsermayeye Serbest Nakit Akımları Yöntemi İle Değerlemesi, (Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bankacılık ve Finans Anabilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara.

Şahin, Kadife, "Bankaların Mevduat İçin Gizli Silahı Swap", Milliyet Gazetesi, 19.03.2014.

TBB, (2008). 50. Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye'de Bankacılık Sistemi "1958-2007", 262.

TCMB, (2008). "Dünden Bugüne Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası", Ankara.

Vainu, Jaan, (2005). "Estonian Banking System Develeopment, 1995-2004", Banking, Tallinn University of Technology School of Economics and Business Administration Department of Economics.

Yaşa, Memduh, (1980). Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ekonomisi 1923–1978, Akbank Kültür Yayını, Apa OfsetBasımevi, İstanbul.

Yetiz, Filiz, (2016). "Bankacılığın Doğuşu ve Türk Bankacılık Sistemi", Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(2), 107-117.

Zarakolu, Avni, (2003). Para ve Kredi Bilgisi, Bankacılık Enstitüsü Yayınları, Ankara.

TMS 19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar Standardı Kapsamında Kıdem Tazminatının Muhasebeleştirilmesi ve Tekdüzen Muhasebe Sistemi ile Karşılaştırılması

Dr. Öğr. Üyesi Birsel Sabuncu[1]

[1]Pamukkale Üniversitesi/Honaz MYO, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü, bsabuncu@pau.edu.tr

Özet: Kıdem tazminatı, en az bir yıllık hizmet süresini fiili olarak yerine getiren çalışana işten çıkarılması, emekli olması gibi, iş kanununda sayılan hallerde çalışma süresi ve aldığı ücrete göre değişen, işverence ödenmesi gereken parasal bir haktır. İşverene yüklenmiş bir ödeme yükümlülüğü olan kıdem tazminatı çalışana ödenen tutar olup çalışanın ölümü durumunda varislerine ödenmektedir.

Bu çalışmada yürürlükteki Türkiye Muhasebe Standardı (TMS) 19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar standardı açısından kıdem tazminatının üzerinde durulmaktadır. Kıdem tazminatı ile ilgili TMS 19 standardı ile uzun süredir uygulamadaki Tekdüzen Muhasebe Sistemi muhasebe kayıtları arasındaki benzerlik ve farklılıklar varsayımsal örnek uygulamalar ile açıklanmaktadır.

Türkiye Muhasebe Standardı (TMS) 19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar standardında kıdem tazminatı bileşenleri geçmiş ve cari dönem maliyeti, faiz maliyeti ve aktüeryal kâr/ zararıdır. TMS 19'a göre, çalışanların bütün çalışma dönemleri boyunca elde edeceği faydaların bugünkü değerinin baz alınarak karşılık ayrılması zorunludur. Aktüeryal hesaplama yapılarak gider olarak muhasebeleştirilmektedir ve aynı zamanda dipnotlarında daha çok bilgi paylaşımı yükümlüğü söz konusudur. Tekdüzen Muhasebe Sistemi açısından kıdem tazminatı fiilen ödenmedikçe vergiye tabi kârdan indirilememektedir. Bu nedenle uygulamada kıdem tazminatı ödemenin yapıldığı dönemde muhasebeleştirilmektedir. Tekdüzen Muhasebe Sistemi'nde henüz ödemesi yapılmamış kıdem tazminatı için karşılık ayrılması zorunlu değil, ihtiyaridir. Karşılık ayrılması durumunda kanunun kabul edilmeyen gider olarak muhasebeleştirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: TMS 19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar, Kıdem Tazminatı, Tekdüzen Muhasebe Sistemi

Recognition of Severance Payment in the scope of TAS 19 Employee Benefits Standard and Comparing with Uniform Accounting System

Abstract: Severance payment is a monetary right which must be paid by the employer, in situations such as termination of employment retirement, other situations stated in labour law which changes according to duration of employment and wage. Severance payment which is a payment obligation of the employer shall be paid to the inheritors of the deceased in the event of death.

This study focuses on severance payment in terms of the applicable Turkish Accounting Standards (TAS) 19 Employee Benefits Standard. The similarities and differences between the TAS 19 standard on severance pay and the Uniform Accounting System accounting records in long-standing practice are explained by hypothetical sample applications.

In the Turkish Accounting Standards (TAS) 19 Employee Benefits Standard, termination indemnity components are past and current period cost, interest cost and actuarial gain/loss. In accordance with TAS 19, it is necessary to allocate allowances based on the present value of the benefits employees will receive during all periods of employment. Actuarial calculations are made and accounted for as expense and at the same time, additional information sharing requirements can be found in the footnotes. Unless the severance payment is actually paid in respect of the Uniform Accounting System, it cannot be deducted from the profits subject to taxation. For this reason, the termination benefit is accounted for in the period when the payment is made. In Uniform Accounting Systems, it is not compulsory to allocate provision for severance payment that has not been paid yet. If the provision is set aside, it is accounted as an unacceptable expense.

Key Words: TAS 19 Employee Benefits Standard, Severance Payment, Uniform Accounting System

1.GİRİŞ

Globalleşme süreci ve sermaye yapılarının çok uluslu hale dönüşümü sonucu dünya çapında ortak bir muhasebe uygulamalarının gerçekleştirilmesi amacıyla Uluslararası Muhasebe Standartları, Uluslararası Finansal raporlama Standartları oluşturulmuş ve ülkemizde bu standartların çevirileri yapılarak Türkiye Muhasebe Standartları (TMS) ve Türkiye Finansal Raporlama Standartları (TFRS) adı altında yürürlüğe konulmuşlardır.

Çalışanların maliyetleri TMS 19 çalışanlara sağlanan faydalar standardında ortaya konulmaktadır. Ülkemizde çalışanların kıdem tazminatı karşılıklarının ayrılması TMS yürürlüğe girmeden önce zorunlu olarak yer almamaktadır. Ülkemizde Tekdüzen Muhasebe Sistemi açısından kıdem tazminatı karşılığı ayırmak için yasal işlemin başlatılması gerekirken Türkiye Muhasebe Standardında ise yasal işlem başlamadan karşılık ayrılması gerektiği belirtilmiştir. Literatür taramasında kıdem tazminatı ile ilgili olarak yapılmış olan çalışmalar aşağıda yer almaktadır.

Parlakkaya (2010), "Yasal Mevzuat Ve TMS-19: Çalışanlara Sağlanan Faydalar Türkiye Muhasebe Standardında Kıdem Tazminatı Ve Muhasebe Uygulaması" isimli çalışmasında kıdem tazminatı karşılığının hesaplaması, muhasebesi ve kıdem tazminatı fonu uygulamasının muhasebesini incelemektedir.

Kaygusuzoğlu (2010), "Kıdem Tazminatı Karşılığı Uygulamasının Muhasebe Standardı (IASTMS 19) Kapsamında Değerlendirilmesi" isimli çalışmasında TMS 19'un uygulanması ile ilgili konuları incelemektedir.

Pamukçu ve Pamukçu (2011), "Kıdem Tazminatı Karşılığı Hesaplamasında İş Kanunu ile Türkiye Muhasebe Standartlarındaki Düzenlemelerin Karşılaştırılması" isimli çalışmalarında kıdem tazminatı karşılığı iş kanunu ve standartlar açısından ortaya konulmaktadır.

Aygün ve Kaya (2013), "TMS 19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar Standardı Kapsamında Kıdem Tazminatı Karşılıklarının Muhasebeleştirilmesi" isimli çalışmasında standart kapsamındaki düzenlemeler muhasebeleştirilmektedir.

Özdemir ve Varıcı (2015), TMS 19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar Standardı Kapsamında Kıdem Tazminatı Müessesesi ve Muhasebe Kayıtları: İlk Geçiş Yönüyle Örnek İşletme Uygulaması" isimli çalışmalarında kıdem tazminatı yükümlüğüne ilişkin ilk defa karşılık ayrılması standart kapsamında gerçekleştirilmektedir.

Kıdem tazminatı, çalışanlar için bir hak işverenler için maliyeti yükselten bir ödeme olarak görülmesi nedeniyle iş hayatında tartışılan konulardan biri haline gelmiştir. İşveren ve çalışanlar arasındaki anlaşmazlıklara engel olmak amacıyla devlet iş kanunlarında kıdem tazminatına ilişkin yasal düzenlemelere yer vermektedir. Bu çalışmada muhasebe standartlarına, değerleme ölçülerine ve muhasebenin temel kavramlarına yer verilerek, kıdem tazminatının TMS ve Tekdüzen Muhasebe Sistemi açısından örnek uygulamalar ile muhasebeleştirilmesi incelenmektedir. Çalışanlar için hesaplanan kıdem tazminatı Tekdüzen Muhasebe Sistemi'ne göre, işten ayrılış tarihinde ödenmesi nedeniyle ödendiği tarihte Tekdüzen Hesap Planı'nda kıdem tazminatı karşılığı olarak bilançoya aktarılmalıdır. Kıdem tazminatının hesaplanması Tekdüzen Muhasebe Sistemi ve Türkiye Muhasebe Standardına göre farklılık ihtiva etmektedir. Tekdüzen Muhasebe Sistemi'nde, kıdem tazminatı için karşılık ayrılması zorunlu değildir ve kıdem tazminatı ancak çalışanın iş akdinin sona ermesi halinde ödenmekte ve gider olarak muhasebeleştirilmektedir. Türkiye Muhasebe Standartlarına göre, kıdem tazminatları için karşılık ayrılmakta ve gider olarak muhasebeleştirilmektedir. TMS 19 standardı kıdem tazminatı karşılığı ayrılması ve hesaplamaların ne şekilde yapılması gerektiğini açıklamaktadır. Kıdem tazminatı karşılıkları toplam rakam olarak değil, net bugünkü değere göre hesaplanarak gider olarak muhasebe kaydına alınmaktadır.

2. KIDEM TAZMİNATI

Kıdem tazminatı işyerinde uzun süre çalışmış olan personele, işveren tarafından verilen bir ödül olarak düşünülmüştür. İşveren kıdem tazminatı aracılığıyla, işe uyum sağlamış deneyimli çalışanların işlerine devamını sağlayabilmekte ve uzun süre yanında çalışanlara vefa borcunu kıdem tazminatı ödeyerek yerine getirebilmektedir (Günay, 1998: 618). Kıdem tazminatı, çalışanın çeşitli sebepler ile işyerinden ayrılırken işveren tarafından personele yapılacak ödeme tutarıdır. Kıdem tazminatı, işletmede çalışanlara verilen yasal hak, işveren tarafından çalışana ödenmesi gereken tutardır

Kıdem tazminatı uygulamasına ilk kez 1938 tarihinde iş Kanununun yürürlüğe girmesiyle başlanmıştır. Kıdem tazminatına Cumhuriyet tarihinde iş kanununda yer verilmiştir. 3008 sayılı kanunun 13.maddesinde kıdem tazminatı ile alakalı düzenleme yapılmıştır. 1950 tarihinde 5518 sayılı Kanun yürürlüğe konularak, kıdem tazminatında düzenlemeler yapılmış ve bu kanun ile iş sözleşmesinin belirli nedenlerle feshi halinde ödenmesi biçimine sınırlama getirilmiştir. Diğer yandan da kıdem tazminatının ödenme koşulları ile ilgili hükümler içermektedir. Kıdem tazminatının ödenmesi için çalışanın sağlık nedenleri, ahlak kurallarına uymayan hallerinden dolayı sözleşmesinin sonlandırılması, askerlik nedeniyle, işyerinin devri durumlarında çalışanın işyerindeki hizmetlerinin toplanması ve yeni işverenin esas itibari ile kıdem tazminatlarından sorumlu olması konuları açısından kanun genişletilmiştir (Karayalçın, 2006: 5-6).

İş Kanunu'na göre çalışanların kıdem tazminatı almaya hak kazanabilmeleri için aşağıdaki şartların sağlanması esastır(Umdu, 2009: 91):
(a) İş Kanunu'na tabi çalışan niteliği taşımak,

(b) Aynı işverene bağlı en az bir yıl çalışmış olmak,

(c)İş Kanunu şartlarına bağlı olarak hizmet akdinin sona ermesidir.

Kıdem tazminatı hesaplanırken, dikkate alınacak hususlardan bazıları aşağıda yer almaktadır (Kaygusuzoğlu, 2010: 177):

(a) Her tam yıl için işverence çalışana 30 günlük ücreti tutarında kıdem tazminatı ödenmektedir,

(b) Kıdemler çalışılan süreler dikkate alınarak hesaplanmaktadır,

(c) Kıdem işyerindeki hizmet akitleri sürelerinin toplamı üzerinden hesaplanmaktadır,

(d) Aynı kıdem süresi için bir defa kıdem tazminatı ödenmektedir,

(e) Kıdem tazminatı tutarı alınan son ücret üzerinden hesaplanmaktadır,

(f) Ücretin sabit olmadığı durumlarda ortalama ücret üzerinden kıdem tazminatı tutarı hesaplanmaktadır,

(g) Çalışanın ölümünde kıdem tazminatı mirasçılarına ödenmektedir,

(h) Kıdem tazminatı hak edildiğinde nakden ödenmelidir.

3. TMS 19 ÇALŞANLARA SAĞLANAN FAYDALAR STANDARDI

Bu standart çalışanlara sağlanan faydaların muhasebeleştirilmesi ve finansal tablolarda gösterilmesini açıklamaktadır. Standart çalışanın hizmeti karşılığında işletmenin sağladığı faydaya ilişkin olarak ortaya çıkan borcunu muhasebeleştirilmesini ve çalışanın sunduğu hizmet sonucunda ortaya çıkan ekonomik faydanın işletme tarafından kullanılması durumunda ortaya çıkan giderin muhasebeleştirmesini içermektedir (TMS 19 Md: 1).

Standarda çalışanlara sağlanan faydalar kapsamına çalışanların hizmetleri karşılığında, çalışma öncesi ve çalışma sonrası sağlanan tüm haklar girmektedir. Bu standardın amacı ise, personele sağlanan haklar ile ilgili muhasebe politikalarının ve açıklamalarının belirlenmesidir (Akgül ve Akay, 2004: 104).

TMS 19'da çalışanlara sağlanan faydalar; çalışanlara sağlanan kısa vadeli faydalar, çalışma dönemi sonrasında sağlanan faydalar, çalışanlara sağlanan diğer uzun dönemli faydalar ve işten çıkarma tazminatları olmak üzere dört grupta incelenmektedir. Çalışma dönemi sonrasında sağlanan faydalar, çalışmanın tamamlanmasından sonra ödenebilir olan faydaları ifade etmektedir. Çalışma dönemine ilişkin fayda planları, tanımlanmış fayda planları ve tanımlanmış katkı planları olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır (Gençoğlu, :281-284).

İşletme ileride çalışanlara yapılacak ödemeleri devlet tarafından kurulmuş veya işverenler tarafından oluşturulmuş bir fona yansıtıyor ve tüm risklerden kurtuluyor ise, bu katkı planı olarak ifade edilir. İşletme ileride doğacak yükümlülükleri finanse etmek amacıyla kendisi dışında bir bedel ödüyorsa veya kendisi ayrı bir mal varlığı oluşturuyor ise bu oluşturulan mal varlığı yapılacak ödemeyi tam olarak finanse edemiyor ise, hala yükün bir kısmını işletme taşıyor ise, işletme fayda planına sahip olmaktadır. Tanımlanmış katkı planlarında yükümlülük tamamen üçüncü tarafa yansıtıldığından finansal tablolarda bir kalem olarak bulunmaz. Sadece ödeme zamanı veya ödenilmese bile borçlanıldığı zaman gelir tablosunda yansıtılır. Tanımlanmış fayda planında yükümlülük hiç veya kısmen yansıtılmaktadır. Hiç yanstılmadığında risk hesaplanarak bilançoya yansıtılmaktadır. Fonlar oluşturulmuş ise yükümlülüğün net şimdiki değeri bilançoda yansıtılmaktadır (Örten vd, 2014: 292).

İşletmeler yükümlülüklerini tanımlanmış katkı planları veya tanımlanmış fayda planları şeklinde tanımlayarak işten ayrılma sonrası fayda sağlayan planlar oluştururlar. Tanımlamış fayda planı, emeklilik döneminde çalışanlara ödenecek faydaların hesaplanmasında, genellikle çalışanların aktif çalışma süresi ile kazancının esas alındığı yararlar bütünüdür (Elliott ve Elliott, 2007: 341).

Kıdem tazminatı yükümlülüğü TMS 19 kapsamında işten çıkarma tazminatı nedeniyle ödenen değil, iş akdinin sona ermesinden sonra ödenen faydalar grubuna girmektedir. Ülkemizde cari uygulamada kanun emrine

istinaden ödenen kıdem tazminatının başka bir kuruma yansıtılması mümkün olmadığından Tanımlanmış Katkı Planları modelinin uygulanması mümkün değildir (Örten vd, 2014: 296).

TMS 19'a göre aktüeryal varsayımlar iş ilişkisi sonrasında sağlanan faydalara ilişkin yükümlülüklerin iskonto edilmesinde kullanılan oranlar, özel sektör tahvillerinden piyasa getirilerine bakılarak belirlenir. Para biriminin özel sektöre ait tahviller için piyasanın bulunmadığı durumlarda, devlet tahvillerinin piyasa getirileri kullanılır.

TMS 19, işten ayrılma sonrası sağlanan fayda planlarının muhasebeleştirilmesinde aktüeryal hesaplamalara başvurmayı öngörmektedir. Buna göre tanımlanmış fayda planlarının bugünkü değerinin bulunmasında, maaş artış oranları, faiz oranları ve işten ayrılma oranları gibi faktörler en gerçekçi şekilde tahmin edilerek hesaplamalar yapılmaktadır. Ancak fayda planlarına ilişkin gelecekteki bazı verilerin belirsizliği, tahmin edilen değerler ile gerçekleşen değerler arasında farkların oluşmasına neden olmaktadır. Ortaya çıkan farklar "Aktüeryal Kazanç veya Zararlar" olarak muhasebeleştirilmektedir.

4. KIDEM TAZMİNATININ ÖLÇÜM VE MUHASEBE ESASLARININ TMS 19 VE TEKDÜZEN MUHASEBE SİSTEMİ AÇISINDAN KARŞILAŞTIRILMASI

TMS 19'da kıdem tazminatına ilişkin hesaplamalar, kıdem tazminatı olarak gelecekte yapılacak ödemelerin tahmin edilmesi ve tahminlerle bulunan ödemelerin iskontoya tabi tutularak net bugünkü değere getirilmesi esasına dayanmaktadır (Parlakkaya, 2010: 290).

Tekdüzen Muhasebe Sistemi'nde kıdem tazminatı için karşılık ayrılması zorunlu tutmamaktadır. Eğer karşılık ayrılmış ise, fiili olarak kıdem tazminatı ödenene kadar gider hesaplarında muhasebeleştirilmemektedir. Tekdüzen Muhasebe Sistemi'nde kıdem tazminatı oluşmadan önce muhasebe kayıtlarında karşılık ayrılarak "Kanunen kabul edilmeyen giderler" hesabında muhasebeleştirilmektedir. Daha sonra oluştuğu anda gider olarak muhasebeleştirilir. İşletmeler oluşturduğu finansal tablolara hem karşılık ayırdığı zamanda hem de giderleştirildiği zaman bu işlemleri tablolara yansıtması finansal tablonun doğruluğu açısından gereklidir.

TMS 19 kıdem tazminatı için karşılık ayrılmasını zorunlu tutmaktadır. TMS 19'a göre işten çıkarma tazminatı, çalışanın hizmetinden dolayı elde etmiş olduğu bir hak olmamak ile birlikte, işten çıkarılması durumunda ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple TMS 19'a göre, işten çıkarma tazminatları gerçekleştikleri anda kazanç veya kayıp olarak muhasebeleştirilir.

Kıdem tazminatının muhasebeleştirilmesi ile ilgili Tekdüzen Muhasebe Sistemi'nde zorunlu olmayıp, dönemsellik kavramına dayanılarak çalışanın dönem sonunda işten ayrılması durumunda kıdem tazminatı alacağından yola çıkılarak bir tutar hesaplanmakta ve karşılık ayrılmaktadır. TMS 19 ise, çalışanın gelecekte işten ayrılacağı tarihteki tutar dönem sonunda bugünkü değerine indirgenmekte ve elde edilen tutar üzerinde karşılık ayrılmaktadır.

Kıdem tazminat, işveren açısından gider, çalışan açısından ise bir gelirdir. TMS 19'a göre, kıdem tazminatı uygulaması, çeşitlendirilmiş bir fon oluşturmak ve aktüeryal hesaplarla güncel tutarı bulmak şeklinde tanımlanmıştır. Kıdem tazminatı, çalışan tarafından ya da onun adına işveren tarafından biriktirilen bir sigorta fonu gibi açıklanmıştır. TMS 19'da belirtilen katkıları toplayan ve bunları ödeyen işletmeden ayrı bir kurum olsun ya da olmasın standart hükümlerinin tüm işletmelerce uygulanması gerektiğini belirtmektedir.

Standart, daha önceden de uygulanan muhasebe uygulama genel tebliğine uygun şekilde, ihtiyatlılık ve dönemsellik kavramları gereğince kıdem tazminatı için ödenmeden önceki dönemlere yaygın olarak karşılık ayrılmasını onaylar. Önceki uygulamalarla, standart arasındaki fark kıdem tazminatının hesaplanması noktasında ortaya çıkmaktadır (Süzük, 2011: 15).

Kıdem tazminatı karşılığı, Tekdüzen Muhasebe Sistemi'nde "Kanunen Kabul Edilmeyen Gider" hesabında muhasebeleştirilmektedir ve ayrılan karşılığın nazım hesaplarda izlenmesi ve vergiden indirilmemesi gereklidir. TMS 19'a göre göre karşılık olarak gösterilen kısım, ertelenmiş vergi alacağı olarak gösterilmelidir. Önceki dönemde raporlanan kıdem tazminatı yükümlülüğü ile bir sonraki dönem arasındaki değişme, üç kısma ayrılır. Bunlar, finansman gideri, cari dönem hizmet maliyeti ve aktüeryal kazanç ve kayıp kısımlarıdır (Parlakkaya, 2010: 290). Aktüeryal kazanç/kayıp, yapılan tüm varsayımların tutmaması sonucu ortaya çıkan kâr/zarar tutarlarıdır. Kıdem tazminatı belli bir aktüeryal hesaplama gerektirir ve bu hesaplama gelecekte ödenmesi muhtemel yükümlülüğün bugüne indirgenmesi esas olduğundan iskonto oranında, enflasyon oranında, ücret artış oranındaki değişiklikler sonucu aktüeryal kazanç ve kayıplar oluşmasına neden olmaktadır (Özdemir ve Varıcı, 2015: 169). Finansman gideri bilanço döneminde ödenmeyen kıdem tazminatı tutarının izleyen döneme

kadar kullanılmasından dolayı doğan faiz maliyetidir. Faiz maliyeti = iskonto oranı x kıdem tazminatı tutarı olarak hesaplanmaktadır. Cari dönem hizmet maliyeti ise, çalışanın dönem içindeki hizmetine karşılık olan ücretidir.

Tekdüzen Muhasebe Sistemi'nde cari dönem kıdem tazminatı gideri muhasebeleştirilirken, cari yılın maaşı baz alınarak işlem yapılırken, TMS 19'a göre çalışanın işten ayrılacağı tarihte elde edeceği ücret baz alınarak, bir iskonto oranı ile raporlama dönemine getirilerek elde edilen tutar mali tablolara yansıtılmaktadır. Tekdüzen Muhasebe Sistemi'nde sadece geçmiş hizmet dönemi baz alınarak muhasebeleştirme yapıldığı halde, TMS 19' a göre ise, henüz çalışmamış dönemlerin çalışan maliyetleri de hesaplamaya dahil edilmektedir.

Kıdem tazminatının muhasebeleştirilmesi ile ilgili Türkiye'deki uygulamada dönemsellik kavramına göre çalışanın ne kadar tazminat alacağı hesaplanarak karşılık ayrılır. TMS 19'da ise, çalışanın gelecekte işten ayrılacağı tarihteki tutarı dönem sonunda bugünkü değerine indirger ve bulduğu tutara bağlı olarak karşılık ayırır. TMS 19 için ise çalışanın bugünkü kıdemi ve kazancı değil gelecekte elde edeceği kazançların bugünkü değerini hesaplamak gerekmektedir.

5. TMS 19 VE TEKDÜZEN MUHASEBE SİSTEMİ AÇISINDAN KIDEM TAZMİNATINA İLİŞKİN MUHASEBE UYGULAMALARI

TMS 19 standardı kıdem tazminatının hesaplanmasında bazı hesaplamalara ihtiyaç duymaktadır. Kıdem tazminatı hesaplamasında kullanılacak iskonto oranı gelecek enflasyon etkilerinin düzeltilmesinden sonraki beklenen reel orandır. Bu durumda kullanılacak iskonto oranı ve indirgenmiş kıdem tazminatı yükümlülüğü formülü (Pamukçu ve Pamukçu, 2011: 71):

İskonto Oranı = $[(1+\text{Enflasyon Oranı})/(1+\text{Faiz Oranı})]^{\text{Emekliliğe kalan gün}/365}$

İndirgenmiş kıdem tazminatı yükümlülüğü = Brüt kıdem tazminatı tutarı (Tam yükümlülük tutarı) x İskonto oranı

Emekliliğe kalan gün sayısı emeklilik hakkının kazanıldığı gün sayısı ile ödenen prim gün sayısı arasındaki farktır.

Kıdem tazminatı karşılığının pasifte uzun vadeli karşılıklar hesabı içinde göstermek mümkündür. Bu durum için "472 Kıdem Tazminatı Karşılığı" hesabı yeterli olup, "372 Kıdem Tazminatı karşılığı" hesabının kullanılmasına gerek yoktur. Bir dönemdeki mevcut kıdem tazminatı karşılığı hesabına eklenecek tutar 472 kıdem tazminatı karşılığı hesabına alacak kaydedilirken borç yazılacak hesaplar konusunda standartta bir hesap yer almamaktadır. TMS 19'da kıdem tazminatının bileşenlerine ayrılmasında cari dönem hizmet maliyeti, faiz maliyeti, aktüeryal kazanç veya kayıplar olmak üzere üç kısma ayrılmaktadır. Cari dönem hizmet maliyeti, işgörenin çalıştığı departmandaki maliyetinde, faiz maliyetinin finansmana maliyetinde, aktüeryal kazanç veya kayıpların kâr/zarar etkili ya da özkaynak etkili muhasebeleştirilmesi mümkündür. Bilançoda "555 Aktüeryal Kazanç ve Kayıplar" hesabı ve gelir tablosunda "aktüeryal kazançlar" aktüeryal kayıplar" gibi hesaplar ihtiyacı karşılamaktadır (Örten vd., 2014. 307-308).

Cari hizmet maliyeti, çalışanın fiili olarak çalıştığı departmana yaptığı katkı olup çalışan hangi departmanda çalışmış ise kıdem tazminatı o departmanın maliyet hesaplarına eklenmektedir. Örneğin çalışan pazarlama departmanına bir katkı sağlıyor ise pazarlama ile ilgili maliyet hesaplarında 760 Pazarlama Satış dağıtım Giderleri hesabında, çalışan üretime katkı sağlıyor ise üretim ile ilgili maliyet hesaplarında veya idari işlerde katkı sağlıyor ise yönetim ile ilgili maliyet hesaplarında 770 Genel Yönetim Giderleri hesabında muhasebeleştirilmektedir.

Kıdem tazminatı, 193 Sayılı Gelir Vergisi Kanununun 25/7. maddesine istinaden gelir vergisinden muaftır (G.V.K, 193, Md: 25) Kıdem tazminatının hesaplanması sonucu çıkan rakamdan damga vergisi kesintisi yapıldıktan sonra ulaşılan net kıdem tazminatı işçiye ödenmektedir. Damga Vergisi Kesintisi = Brüt Kıdem Tazminatı Tutarı x Damga vergisi oranı şeklinde hesaplanmaktadır.

İş kanununa göre, kıdem tazminatı hesaplanabilmesinin ilk koşulu en az bir yıl çalışılmış olmasıdır. Bir yılı dolduran ve iş kanununda belirtilen nedenlerden biri ile işten ayrılan çalışanın son brüt ücreti ve ücret sayılan ödemeleri dahil edilerek kıdem tazminatı hesaplanmaktadır. Net kıdem tazminatına ulaşmak için kullanılan formül ise, Net Kıdem Tazminatı Tutarı = Brüt Kıdem Tazminatı Tutarı - Damga Vergisi Kesintisi olarak elde edilmektedir.

Kıdem tazminatı hesaplamasında ilk olarak çalışanın son aylık brüt ücret kazancı kıdem tazminatı tavanı dikkate alınarak belirlenmektedir. Sonrasında yıl, ay ve gün olarak işe başlama ve bitiş tarihi arasındaki fark hesaplanarak, çalışanın çalışma süresi bulunmaktadır. Brüt kıdem tazminatı tutarına ulaşmak için, son aylık brüt ücret yani 30 günlük tavanı aşmayan ücretin tutarı kıdem süresindeki yılı ile çarpılmaktadır. Ay hesabında, belirlenen brüt ücretin 12 aya bölünmesinden çıkan sonuç ile çalışanın kıdem süresindeki ay çarpılarak hesaplanmaktadır. Gün hesabında ise belirlenen brüt ücretin, bir yılda 365 gün olması nedeni ile 365'e bölünmesinden çıkan sonuç kıdem süresindeki gün sayısı çarpılmaktadır. Her altı ayda bir kıdem tazminatı hesaplamasında kullanılan tavan ücret kanunlarla belirlenmektedir. Çalışanın ücreti tavan ücreti aşıyor ise hesaplamada tavan ücret esas alınmaktadır.

2017 yılı kıdem tazminatı tavan tutarı 4.732 TL'dir. Aşağıda varsayımsal olarak tasarlanmış örnek uygulama yer almaktadır.

X işletmesi TMS 19'u 2017 yılında ilk kez uygulamaktadır. Personel A, X işletmesinde kalite kontrol bölümünde çalışmaktadır ve ilk işe başladığı tarih 01.01.2012 olup 5.400 prim ödendiğinde emekli olacaktır. 2017 yılı içinde aylık ücreti 2.050 TL, yemek ücreti 300 TL, taşıma ücreti 350 TL ve giyim yardımı 300 TL 'dir. Personel A'nın emeklilik hakkı elde edeceği tarihteki tahmini enflasyon oranı: %10 ve tahmini faiz oranı: %12' dir.

Tekdüzen Muhasebe Sistemi'ne Göre Muhasebeleştirme

- Personel A'nın işletmede çalışmaya devam etmesi durumunda muhasebeleştirme:

Toplam aylık kıdem tazminatı tutarı: 2.050 TL + 300 TL + 350 TL + 300 TL = 3.000 TL' dir. Kıdem Tazminatına esas aylık ücret tutarıdır. Ayrılması gereken kıdem tazminatı tutarı, personel A işletmede 5.yıl çalışmış olduğundan, 5 yıl x 3000 TL = 15.000 TL'dir. Ayrıca, kalite kontrol departmanında çalışan personel olduğundan 2017 yılı için tutar "730 Genel Üretim Giderleri" hesabında muhasebeleştirilmektedir. Çalışanın fiili olarak faaliyette bulunduğu departmana göre kıdem tazminatı karşılığı tutarı ilgili hesapta muhasebeleştirilmektedir.

- Kıdem tazminatının karşılıklarının ayrılmasının muhasebeleştirilmesi:

31.12.2017

681ÖNCEKİ DÖNEM GİDER VE ZARARLARI HS.	12.000	
730 GENEL ÜRETİM GİDERLERİ HS.	3.000	
472 KIDEM TAZMİNATI KARŞILIĞI HS.		15.000

3.000 TL 2017 yılına ait kıdem tazminatı karşılığı tutarıdır. 12.000 TL dört yıl için kıdem tazminatı karşılığı tutarıdır. - Ayrılan kıdem tazminatı karşılıklarının nazım hesaplarda muhasebe kaydı:

31.12.2017

950 KANUNEN KABUL EDİLMEYEN GİDERLER HS.	15.000	
951 KANUNEN KABUL EDİLMEYEN GİDERLER KARŞILIĞI HS.		15.000

Tek düzen hesap planına göre ayrılmış olan kıdem tazminatı, Katma Değer Vergisi Kanunu'na göre, "Kanunen Kabul Edilmeyen Giderler" dir. Yukarıdaki örnekte personel halen daha işletmede çalışmaya devam etmektedir. Bu durumda kıdem tazminatı karşılık olarak muhasebeleştirilmektedir.

- Personel A'nın 31.12.2017 tarihi itibariyle işletmedeki işine son verilmesi durumunda muhasebeleştirme:

Personel A'nın işletmedeki işine son verilmesi durumunda söz konusu tutar üzerinden damga vergisi ayrılarak muhasebeleştirilmektedir.

-Personel A için söz konusu olan kıdem tazminatı karşılığının kısa vadeli karşılık hesabına aktarılması:

31.12.2017

472 KIDEM TAZMİNATI KARŞILIĞI HS.	15.000	
372 KIDEM TAZMİNATI KARŞILIĞI HS.		15.000

- Kıdem tazminatı tutarı üzerinden damga vergisinin hesaplanarak muhasebe kaydı:

Damga Vergisi Kesintisi = Brüt Kıdem Tazminatı Tutarı x Damga vergisi oranı

Damga vergisi kesintisi = 15.000 TL x 0,00759 (binde 7,59).

Net Kıdem Tazminatı Tutarı =Brüt Kıdem Tazminatı Tutarı-Damga Vergisi Kesintisi

Net kıdem tazminatı tutarı = 15.000 TL – 114 = 14.886 TL (Ödenecek kıdem tazminatı tutarı).

31.12.2017

372 KIDEM TAZMİNATI KARŞILIĞI HS.	15.000	
335 PERSONELE BORÇLAR HS.		14.886
360 ÖDENECEK VERGİ FONLAR HS.		114

-Net kıdem tazminatı tutarının bankadan ödenmesi:

31.12.2017

335 PERSONELE BORÇLAR HS	14.886	
102 BANKALAR HS.		14.886

-Nazım hesapların kapatılması:

31.12.2017

951 KANUNEN KABUL EDİLMEYEN GİDERLER KARŞILIĞI HS.	15.000	
950 KANUNEN KABUL EDİLMEYEN GİDERLER HS.		15.000

İlgili dönemde Kanunen Kabul Edilmeyen Giderlerin vergi beyannamesinde matraha ilave edildikten sonra 950 ve 951 nolu nazım hesaplar kapatılır.

Türkiye Muhasebe Standardına Göre Muhasebeleştirme

Aynı örneğimizi TMS 19 Standardını göre muhasebeleştirirken ilave hesaplamalara ihtiyacımız söz konusudur. Bu hesaplamalar aşağıda yer almaktadır: Personel A için prim ödeme gün sayısı 5400 gün olup, daha sonra emekliliğe hak kazanmaktadır. Faiz oranı %12 ve enflasyon oranı % 10' dur.

Çalışılan gün sayısı: 5 yıl x 365 = 1.825 gün

5.400 gün – 1.825 gün = 3.575 gün (emekliliğe kalan gün sayısı).

İskonto Oranı: = $[(1+\text{Enflasyon Oranı})/(1+\text{Faiz Oranı})]^{\text{Emekliliğe kalan gün}/365}$

= $[(1+ \%10)/(1+ \%12)]^{3575/365}$

= 0,83024602~0,83025

2017 yılı içinde aylık olarak brüt maaşı 2.050 TL, yemek ücreti 300 TL, taşıma ücreti 350 TL ve giyim yardımı 300 TL'dir.

Brüt kıdem tazminatı tutarı (aylık) : 2.050 TL + 300 TL + 350 TL + 300 TL = 3.000 TL'dir.

Personel A'nın işletmede 5 yıl çalışmıştır. 5 yıl x 3000 TL = 15.000 TL (Brüt kıdem tazminatı tutarı)

Kıdem Tazminatının bugünkü değeri = Tam yükümlülük tutarı x İskonto oranı

= 15.000 x 0,83025

= 12.454 TL 'dir.

Bir yıllık kıdem tazminatının bugünkü değeri ise, 3.000 TL x 0,83025= 2.491 TL'dir.

Ertelenmiş vergi oranı = % 20' dir.

Ertelenmiş vergi tutarı = 12.454 x % 20 (ertelenmiş vergi oranı) = 2.491 TL

2017 yılı kıdem tazminatı karşılığının ayrılmasının ilk yılı olduğu için faiz maliyeti ve aktüeryal kazanç / kayıp söz konusu değildir.

- Personel A'nın işletmede çalışmaya devam etmesi durumunda muhasebeleştirme:

-Kıdem tazminatı karşılığının muhasebeleştirilmesi:

31.12.2017

681ÖNCEKİ DÖNEM GİDER VE ZARARLARI HS.	9.963	
730 GENEL ÜRETİM GİDERLERİ HS.	2.491	
472 KIDEM TAZMİNATI KARŞILIĞI HS.		12.454

- Ertelenmiş vergi tutarının muhasebeleştirilmesi:

31.12.2017

28X ERTELENMİŞ VERGİ VARLIĞI HS.	2.491	
69X SÜRDÜRÜLEN FAALİYETLERDEN ERTELENMİŞ VERGİ GELİR ETKİSİ HS.		2.491

Kıdem tazminatı karşılık tutarının muhasebeleştirilmesinde Tekdüzen Muhasebe Sistemi ile Türkiye Muhasebe Standartları arasında farklılık söz konusudur. Tekdüzen Muhasebe Sistemi karşılık ayrılmasını zorunlu tutmadığı için kanunen kabul edilmeyen gider olarak muhasebeleştirilmekte ve tazminatın ödendiği tarihte gider hesaplarına kaydedilmesini uygun bulmaktadır. TMS 19' göre işten ayrılma her zaman mümkün olduğundan zorunlu karşılık ayrılmaktadır.

-Personel A 31.12.2017 tarihi itibariyle işletmede işine son verilmesi durumunda muhasebeleştirme:

-Uzun vadeli kıdem tazminatı karşılığının kısa vadeli kıdem tazminatı karşılığı hesabına aktarılması:

31.12.2017

472 KIDEM TAZMİNATI KARŞILIĞI HS.	12.454	
372 KIDEM TAZMİNATI KARŞILIĞI HS.		12.454

-Ertelenmiş vergi varlığının kısa vadeli ertelenmiş vergi varlığı hesabına aktarılması:

31.12.2017

18X ERTELENMİŞ VERGİ VARLIĞI HS.	2.491	
28X ERTELENMİŞ VERGİ VARLIĞI HS.		2.491

-Kıdem tazminatı tutarı üzerinden damga vergisinin hesaplanması:

Damga vergisi kesintisi = 12.454 TL x 0,00759 (binde 7,59) = 95

Net kıdem tazminatı tutarı = 12.454 TL – 95 = 12.359 TL (Ödenecek kıdem tazminatı tutarı).

31.12.2017

372 KIDEM TAZMİNATI KARŞILIĞI HS.	12.454	
335 PERSONELE BORÇLAR HS.		12.359
360 ÖDENECEK VERGİ FONLAR HS.		95

-Kıdem tazminatı tutarının banka hesabından ödenmesi:

31.12.2017

335 PERSONELE BORÇLAR HS	12.359	
102 BANKALAR HS.		12.359

-Ertelenmiş vergi hesaplarının kapatılması:

31.12.2017		
69X SÜRDÜRÜLEN FAALİYETLERDEN	2.491	
ERTELENMİŞ VERGİ GELİR ETKİSİ HS		
18X ERTELENMİŞ VERGİ VARLIĞI HS.		2.491

6. SONUÇ

Çalışanlar açısından bir güvence oluşturan kıdem tazminatı işveren açısından maliyet olarak finansal tablolarda yer almaktadır. İşverenler çoğu zaman personel maliyetlerini azaltmak için çalışanları kayıt dışı çalıştırmaya, tazminat ödemeden işten çıkarma veya uzun yıllar aynı elemanı çalıştırmama yoluna başvurmaktadırlar. Türkiye Muhasebe Standartları riskleri en aza indirgemekte ve finansal tabloların kullanıcılara doğru, gerçekçi bilgileri sunabilmesini hedeflemektedir. Türkiye muhasebe standartları, işletmenin finansal tablolarının önceki dönemin finansal tablolarıyla ve diğer işletmelerin finansal tablolarıyla dünya çapında karşılaştırılabilmesine olanak vermektedir.

TMS 19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar standardı kıdem tazminatını çalışanlara sağlanan diğer faydalardan ayrı olarak açıklamaktadır. TMS 19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar standardı, çalışanların hepsini işçi olarak tanımlamaktadır. Ülkemizde ise işçi ve memur ayrımı söz konusudur ve bu ayrım TMS 19'un uygulanmasında sorun oluşturabilmektedir. Bu ayrımlar işçinin haklarının hesaplanmasına ve mali tablolara etki etmektedir. Kıdem tazminatı hesaplamalarında farklı yöntemlerin kullanılması işletmelerin finansal tablolarını etkilemektedir. TMS 19, işçinin hakları ve bu hakların hesaplanması, finansal tablolara aktarılması açıklamasına rağmen işveren üzerinde durmamaktadır.

Bu çalışmada kıdem tazminatı irdelenerek yükümlülükler hesaplanmış, Tekdüzen Muhasebe Sistemi ve Türkiye Muhasebe Standartları açısından benzerlikler ve farklılıklar ortaya koyularak, muhasebeleştirilmesine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Kıdem tazminatı karşılık tutarının hesaplanmasında Tekdüzen Muhasebe Sistemi'nde yer alan uygulamaya göre TMS 19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar standardında farklılıklar bulunmaktadır. Tekdüzen Muhasebe Sistemi dönem sonunda kıdem tazminatı ayrılmasını zorunlu tutmamakta ihtiyari tutmaktadır. Kıdem tazminatı ayrılması kanunen kabul edilmeyen gider mahiyetindedir. TMS 19 Çalışanlara Fayda standardı kıdem tazminatı karşılığı ayrılmasını zorunlu tutmakta, ayrıca hesaplamalarda da farklılık getirmektedir ve aktüeryal hesaplama yapılarak gelecekte ödenecek olan kıdem tazminatı tutarı bugünkü değerine indirgenerek gider olarak muhasebeleştirilmekte ve finansal tablolarda yer almaktadır.

TMS 19 standardı, kıdem tazminatını fayda planları kapsamında ele almış ve bu yönde uygulamaya yeni düzenlemeler getirmiştir. Kıdem tazminatının bir gider kalemi olabilmesi için çalışanın gerekli şartları sağlayarak işten ayrılması sonucu muhasebenin dönemsellik ve ihtiyatlılık kavramlarına göre karşılık ayrılması gerekmektedir. Muhasebeleştirilmede ödeme belli koşullara bağlı olmaktadır. Kıdem tazminatının ödemesinin gelecek dönemlerde gerçekleşmesi mümkün olduğundan ve ayrıca ödenmemesi de mümkün olabileceğinden muhasebeleştirilmesi diğer giderlerden farklı olarak gerçekleştirilmektedir. Ayrıca TMS 19 uygulaması için gerek duyulan hesaplara uygulamadaki mevcut Tekdüzen Hesap Planı'nda yer alan hesaplar yetersiz gelmekte ve bu konuda bir revizyona ihtiyaç duyulmaktadır.

KAYNAKÇA

Akgül, B., Akay, H. (2004). Uluslararası Muhasebe Standartları ve Türkiye'de Uygulama Etkinliği'ne İlişkin Bir Araştırma, Türkmen Kitabevi, 2. Baskı, İstanbul.

Aygün, D., Kaya, U. (2013), TMS Çalışanlara Sağlanan Faydalar Standardı Kapsamında Kıdem Tazminatı Karşılıklarının Muhasebeleştirilmesi, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt 9, Sayı: 2, 151-169.

Elliott, B., Elliott, J. (2007), Financial Accounting and Reporting, 11th Ed., England: FT Prentice Hall.

Gelir Vergisi Kanunu, http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.4.193.pdf, (15.07.2018)

Günay, C. İ. (1998),. İş Kanunu Şerhi, Yetkin Hukuk Yayınları, Ankara,

Gençoğlu G. Ü. (2007). Türkiye Muhasebe Standartları ve Uygulamalar, İstanbul, Türkmen Kitapevi, İstanbul.

Karayalçın, Y. (2006).Bilanço Hukuku Açısından Kıdem Tazminatı - 30 Yıl sonra Kıdem Tazminatı ve Fonu, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:1713, Eskişehir

Kaygusuzoğlu, M. (2010). Kıdem Tazminatı Karşılığı Uygulamasının Muhasebe Standardı (IASTMS 19) Kapsamında Değerlendirilmesi, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı 47, s.177.

Örten, R., Kaval, H., Karapınar, A. (2014). Türkiye Muhasebe-Finansal Raporlama Standartları, Ankara, Gazi Kitabevi, 7.Baskı, Ankara, 2014.

Özdemir, S., Varıcı, İ. (2015), TMS 19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar Standardı Kapsamında Kıdem Tazminatı Müessesesi ve Muhasebe Kayıtları: İlk Geçiş Yönüyle Örnek İşletme Uygulaması, Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Sayı: 29, 159-187

Pamukçu, F., Pamukçu, N. (2011), Kıdem Tazminatı Karşılığı Hesaplamasında İş Kanunu İle Türkiye Muhasebe Standartlarındaki Düzenlemelerin Karşılaştırılması, Muhasebe ve Denetime Bakış, Nisan, Sayı 33, 65-78

Parlakkaya, R. (2010). Yasal Mevzuat Ve TMS-19: Çalışanlara Sağlanan Faydalar Türkiye Muhasebe Standardında Kıdem Tazminatı Ve Muhasebe Uygulaması, Selçuk Üniversitesi, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 13(19), s.269-291.

Süzük, M. (2011). TMS 19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar Standardının Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Uygulamaları Çerçevesinde Değerlendirilmesi, (Uzmanlık Yeterlilik Tezi), Ankara.

TMS 19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar Standardı, http://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/DynamicContentFiles/T%C3%BCrkiye%20Muhasebe%20Standartlar%C4%B1/TMSTFRS2018Seti/TMS/TMS_19_2018.pdf, (05.08.2018).

Umdu, E. (2009) "Kıdem Tazminatı Nasıl Hesaplanır?", Mali Pusula Dergisi, Yıl:5, Sayı:52.

Tarım İşletmelerinin Üretim Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) Yöntemiyle Analizi: Çanakkale İli Kumkale Ovası Örneği*

Burak KOCAKÖSE [1] **Prof. Dr. Duygu AKTÜRK**[2]

[1] Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, burak.kckse@gmail.com

[2]Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, ddakturk@gmail.com

Özet: Bu araştırma Çanakkale ili merkezinde yer alan Kumkale Ovasındaki köylerde yapılmıştır. Araştırmada, bölge çiftçilerinin üretimlerinde hangi faktörleri dikkate aldıkları, hangi ölçütlerin üretim kararlarında etkili olduğunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın verilerini, yüz yüze görüşme yoluyla sağlanan birincil ve orijinal nitelikli anketler oluşturmuştur. Anket yapılan üreticiler tabakalı örnekleme yöntemiyle belirlenmiş olup 99 adet anket yapılması gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır. Ancak araştırmanın ön sonuçlarının değerlendirilmesi için analize 40 işletmeden elde edilen veriler dahil edilmiştir. Anket sayıları tabakalara ayrılan işletmelere oransal olarak dağıtılmıştır. Toplanan verilerin analizinde Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yöntemi kullanılmıştır. Bu araştırmada, çalışma bölgesindeki tarım işletmelerinin üretim tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi hedef olarak seçilmiştir. Bu hedefin çözümü için hiyerarşik yapı kurulmuştur. Hiyerarşinin kriterleri mekanizasyon, sulama olanakları, girdi temini, pazarlama olanakları, yetiştiricilik bilgisi, ürün fiyatları, girdi fiyatları ve işgücü olarak belirlenmiştir. Çalışmada, Kumkale Ovasında yetiştiriciliğinin yoğun olarak yapıldığı ürünler ele alınarak analiz yapılmıştır. Bu ürünler buğday, ayçiçeği, silajlık mısır, dane mısır, domates ve çeltiktir. Sözü geçen bu ürünler aynı zamanda kurulan hiyerarşide alternatif olarak ele alınmıştır. Araştırmanın bulgularında, Çanakkale ilindeki tarım işletmelerinde en çok tercih edilen ürünlerin hangileri olduğu belirlenmiştir. Kurulan hiyerarşide kriter olarak belirlenen faktörlerin önem dereceleri hesaplanmış ve en yüksek olan değerler açısından hangi seçeneklerin önemsendiği tespit edilmiştir. Çalışmadan elde edilen AHS sonuçlarına göre, alternatifler arasından buğday 0,213 puanla birinci, ayçiçeği 0,197 puanla ikinci sırada yer almıştır. Geriye kalan alternatiflerde sırasıyla çeltik, domates, dane mısır ve çeltiktir. Bu sonuçlara göre karar vericilerin yüksek farklılıklarla ürün seçimi yapamadıkları anlaşılmıştır. Ancak nitel ve nicel tercihleri de analize dahil edebilen AHS yöntemi üretici tercihlerini tutarlı bir biçimde ortaya çıkarmıştır.

Anahtar Kelimeler: Üretici Tercihleri, Çok Kriterli Karar Verme, Analitik Hiyerarşi Süreci

Analytical Hierarchy Process (AHS) Analysis of the Factors Affecting the Production Preferences of Agricultural Enterprises: An Example of Çanakkale İli Kumkale Ovası

Abstract: This work was carried out in the villages of Kumkale Plain, which is a cultural area of Çanakkale province. In the survey, it was aimed to determine which factors the region farmers considered in their production and which criteria were effective in their production decisions. The data of the study were created by primary and original questionnaires provided through face-to-face interviews. The producers who were surveyed were determined by stratified sampling method and the result that 99 questionnaires should be made appeared. However, the data obtained from the analytical process 40 is included to assess the preliminary results of the study. The number of the questionnaires was distributed proportionally to the businesses that were separated from the strata. The Analytical Hierarchy Process (AHS) method was used in the analysis of the data that are proportionally distributed to the enterprises in which the number of the survey was divided. In this study, the selection of the factors affecting the production preferences of agricultural enterprises in the study area was chosen as the target. A hierarchical structure has been established for the solution of this goal. The criteria of the hierarchy are mechanization, irrigation facilities, input facilities, marketing opportunities, aquaculture information, product prices, input prices and labor force. In the study, the products in which the cultivation of Kumkale Ovine was done intensively were analyzed and analyzed. These products are wheat, sunflower, silage maize, grain maize, tomato and rice. These mentioned products are considered as an alternative in the hierarchy established at the same time. In the findings of the research, it was determined that the most preferred products in the agricultural enterprises of the province of Çanakkale are. The importance ratios of the factors determined as the criterion in the established hierarchy were calculated and it was determined which options are most important in terms of the highest values. Among the alternatives, wheat was ranked first with 0,213 points and sunflower second with 0,197 points according to the AHS results obtained without working. The remaining alternatives are paddy, tomato, grain corn and paddy respectively. According to these results, it is understood that decision makers can not make product selection with high differences. However, qualitative and quantitative preferences also consistently reveal the AHS method producer preferences, including analytics.

Keywords: Manufacturer Preferences, Multiple Criteria Decision Making, Analytic Hierarchy Process

* Bu Çalışma Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimince Desteklenmiştir. Proje Numarası: FYL-2018-2546.

1. GİRİŞ

Çanakkale ilinde, halk arasında batak ovası olarak bilinen Kumkale bölgesinde, tarım faaliyeti büyük ölçüde yapılmaktadır. Ayrıca Kumkale bölgesi Çanakkale merkezde tarım potansiyelinin yüksek olduğu bölgelerdendir. Araştırmada da çalışma alanı olarak Kumkale bölgesi bu amaçla seçilmiştir.

Bu çalışmada, Çok Kriterli Karar Verme yöntemlerinden biri olan Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yöntemi kullanılacaktır. Bu yöntemin kullanılmasındaki amaç, üreticilerin yani karar vericilerin tercihlerinin analizinde bu yöntemim anlaşılmasının kolay olması, uygulama anlamında büyük problemler yaratmaması ve en önemlisi sadece nitel değil nicel kararlarında analize dahil edilebildiği bir karar verme yöntemi olmasıdır (Saat, 2000).

Üreticilerin tercihlerini etkileyen faktörlerden en önemlisi sayılabilecek etmen çiftçi tutumlarıdır. Her bireyin dolayısıyla da her üreticinin tutumları sebebiyle öncelikleri farklılaşacaktır. Bu tutumlar, tercihler, amaçlar ve karar vermeler arasında etkili bir bağlantı bulunmaktadır. Çiftçiler üretim alanında karar verecekleri zaman ürünlere, teknolojik ekipmanlara, girdilere ve üretim alanındaki ihtiyaç duyulan bilgi düzeylerine önem vermektedirler. (Günden, Miran, 2008). Bu durumlara göre çiftçilerin üretmeyi tercih edeceği ürünü hangi sebeplerle seçeceği önemli görülmektedir. Bu kararların gelecek için tahminler oluşturabilmesi ise ayrıca önem arz etmektedir. Bu çalışmada, geçmiş yıllarda üretimi gerçekleştirilen ya da gelecekte üretiminin gerçekleştirilme ihtimali bulunan ürünlerin neler olabileceği ile ilgili bilgiler elde edilecektir. Buna ilaveten bu ürünlerin üretiminin hangi faktörlere, açıkçası hangi kriterlere bağlı olduğunun anlaşılması amaçlanmıştır (Günden, 2016).

Bu çalışmada karar vericilerin yani üreticilerin hangi ürünü üreteceklerine karar vermelerinde hangi alternatifler için hangi kriterleri göz önünde bulundurduklarının sonuçlarına ulaşılmıştır. Buradan hareketle, kurulan hiyerarşide amaç olarak saptadığımız tarım işletmelerinde üretim kararlarını etkileyen faktörler belirlenmiştir. Bu sonuç için göz önünde bulundurulan ölçütler mekanizasyon, sulama olanakları, girdi temini, pazarlama olanakları, yetiştiricilik bilgisi, ürün fiyatları, girdi fiyatları ve işgücüdür. Bu ölçütlerinin önemlilik düzeyleri belirlenerek çiftçilerin tercihleri saptanmıştır. Bu tercihler doğrultusunda da en uygun üretimin için alternatifler arasından, hangisinin öncelikli sırayı aldığı ortaya çıkarılmıştır. Kısacası çiftçilerin hangi ürünü niçin yetiştirdiği sorusuna cevap bulunması hedeflenmiştir.

Çalışma alanındaki çiftçilerin, işletmecilik anlamında verecekleri kararları hangi sebeplerle verdikleri kısaca öncelik düzeyleri anlaşılmak istenmektedir. Üreticiler tarafından verilecek cevapların hangi kriterler yardımıyla hangi alternatiflere yöneldiği sorusundan elde edilecek sonuç Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yöntemiyle belirlenmeye çalışılmıştır. Bu Çok Kriterli Karar Verme yönteminin kullanılması, tarım sektöründe Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) kullanılarak yapılmış olan çalışmalara bir yenisini ekleyerek literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmanın konusu, tarım işletmelerinin üretim tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesidir. Bu konu, karar vericilerin üretim yaptıkları veya üretim yapacakları ürünlere verdikleri nitel ve nicel önceliklerinin belirlenmesi açısından ve gelecek üretim ihtimalleri açısından önemlidir. Çiftçilerin üretmeyi tercih edeceği ürünü hangi sebeplerle seçeceğinin öğrenilmesi gereklidir. Karar vericilerin hangi ürünü yetiştireceklerine karar vermelerinde hangi alternatif ve kriterleri göz önünde bulundurdukları araştırılmaktadır. Bu konu kapsamında ulaşılacak sonuçlar çiftçilerin hangi üretime yönlendirilmesi gerektiği, teşvik edilmesi gerektiği şeklinde önerilerle desteklenmiştir.

Günümüze kadar, Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yöntemi kullanılarak bitkisel üretim kapsamında yapılmış olan çalışmalar, çeşitli alanlardan literatür taraması sonucunda elde edilmiştir. Bu literatür taraması neticesinde, çiftçilerin hangi üretim dalını tercih ettikleri ile ilgili çalışma, en uygun üretim sisteminin amaçlandığı çalışma gibi araştırmaların mevcut olduğu görülmüştür. Ancak, üzerinde çalışılmış bu araştırmalarda üretim dalı seçimlerine geniş yelpazeden bakılmış ve bir üretim dalının ayrıntılarına inilmemiştir. Diğer çalışmalarda da herhangi bir üretim dalının içerisinde bulunan bir ürünün kendisinin ve çeşidinin ayrıntılarına girilerek çalışma yapıldığı fark edilmiştir. Tüm bu gözlemlerden hareketle, bitkisel üretim alanındaki üretim dalı kalemlerinin içerisinde bulunan ürünlerin birçoğunun hangi kriterlere bağlı olarak tercih edildiğinin araştırılıp aktarıldığı bir çalışmaya ihtiyaç doğduğu düşünülmüştür. Bu düşüncelerle gelişip eyleme dökülen bu çalışmada da araştırmanın yapılacağı yöredeki ürün çeşitliliği de göz önünde bulundurulmak suretiyle yetiştirilmek istenen ürünlerin tercih edilmesini sağlayan faktörlerin neler olduğu belirlenmiştir. Buna ilaveten yetiştirilmesinden vazgeçilen ürünlerin tercih dışı kalmasının sebepleri de belli kriterler yardımıyla anlaşılmış olacaktır.

2. MATERYAL YÖNTEM

2.1. Materyal

Bu çalışmanın ana materyalini, Çanakkale İli Kumkale Ovasında tarımsal üretim faaliyeti yapan işletmeler oluşturmaktadır. Bu işletmelere ilişkin ana kitle belirlenmiştir. Söz konusu ana kitlenin belirlenmesi için Çanakkale Ziraat Odası üretici verileri kullanılmıştır. Belirlenen bu ana kitle üzerinden de uygun örnekleme yöntemi yardımıyla örnek hacim belirlenmiştir. Ortaya çıkan örnek hacim sayısında tarımsal işletmeci ile yüz yüze görüşme yoluyla elde edilecek olan orijinal veriler kullanılmıştır. Araştırma verileri, 2017 üretim döneminin bilgilerini içermektedir.

Çalışmanın teorik içeriği ile ilgili kısımları, araştırma konusu kapsamında ulaşılabilen, yerli ve yabancı yayınları da içeren makale, kitap, tez gibi türlerde yapılmış olan çalışmalardan yararlanılacaktır. Bu doğrultuda hareket edilerek gerekli literatür çalışması yapılmıştır.

2.1. Yöntem

2.1.1. Verilerin Toplanmasında Kullanılan Yöntem

Çanakkale ilinde genel olarak hangi ürünlerin yetiştirildiğinin incelemesi yapılmıştır. Bu inceleme sonucunda Çanakkale'deki bölgelerde ürün çeşitliliğinin benzer olduğu anlaşılmıştır. Bu üretim desenlerindeki benzerlikler de dikkate alınarak en çok üretimi yapılan ürünler üzerinden analiz yapılması uygun görülmüştür. Tespit edilen bu ürünler ise buğday, ayçiçeği, silajlık mısır, dane mısır, domates ve çeltiktir.

Çalışmanın coğrafi konum, tarım tekniği, doğal faktörler ve bilgi düzeyi açısından homojen olduğu düşünülen Çıplak, Halileli, Kalafat, Kumkale ve Tevfikiye olmak üzere 5 köyde yürütülmesine karar verilmiştir. Çalışmada bu köyler ile ilgili veriler Çanakkale Ziraat Odasından elde edilmiştir. Veriler, 2017 üretim dönemine ait olup arazi büyüklükleri dikkate alınarak örnek hacminin çerçevesi oluşturulmuştur. Belirlenmiş olan köylerde üretim yapan tarım işletmelerinden kaç tanesine anket yapılması gerektiği bu çerçeveye göre tespit edilmiştir.

Örnek hacim belirlenirken, seçilen köylerde 2017 döneminde üretim yapan işletmeler dikkate alınarak toplam üretim alanları tespit edildikten sonra 3 tabakaya ayrılmıştır. Bu tabakalar, arazi genişlikleri bakımından 1-50 da, 51-100 da ve 101-+ da şeklinde oluşturulmuştur. Yüz yüze anket yapılacak işletmelerin sayısı tabakalı örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir. Tabakalı örnekleme yönteminin formülü aşağıdaki gibidir.

$$n = \frac{N.\sum(N_h.S_h^2)}{N^2.D^2 + \sum(N_h.S_h^2)}$$

Formülde;
n = Örnek büyüklüğü
N = Popülasyondaki işletme sayısı
N_h = h'ıncı tabakadaki işletme sayısı
S_h^2 = h'ıncı tabakanın varyansı
$D^2 = (d^2/z^2)$
d = Maksimum hata miktarı
z = Hata payına göre standart normal dağılım tablosundaki z değerini ifade eder (Yamene, 1967).

Çalışmada %10 hata payı ve %90 güven aralığı ile anket yapılacak işletmeler belirlenmiştir. Ardından örneğe girecek olan işletmelerin sayısı ortaya çıkarılmıştır. İşletmelerin tabakalara dağılımı oransal dağılım yöntemine göre belirlenmiştir. Bu yöntemde, her tabakanın örnek büyüklüğü (n_h) o tabakanın popülasyondaki payıyla (Nh / N) orantılı olarak verilmektedir. Oransal dağılım yönteminin formülü aşağıdaki gibidir.

$$n_h = \left(\frac{N_h}{N}\right) n$$

Bu oransal dağılım yönteminden çıkan sonuçlara göre tabakalara ayrılan işletmelere kaçar anket yapılacağı tespit edilmiştir. Burada tabaka ortalamaları ile popülasyon ortalaması arasındaki farklar ne kadar büyük olursa oransal dağılım yönteminde de o kadar iyi sonuçlar elde edilir (Yamane, 1967). Tüm bu işlemler neticesinde toplam 99 anket yapılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Buraya kadar belirtilenlere göre elde edilen veriler aşağıdaki tabloda gösterilmektedir. Ancak, bir tez çalışmasının ön sonuçlarını içeren bu makalede 99 anketin 40 tanesi analize dahil edilmiştir.

2.1.2. Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntem

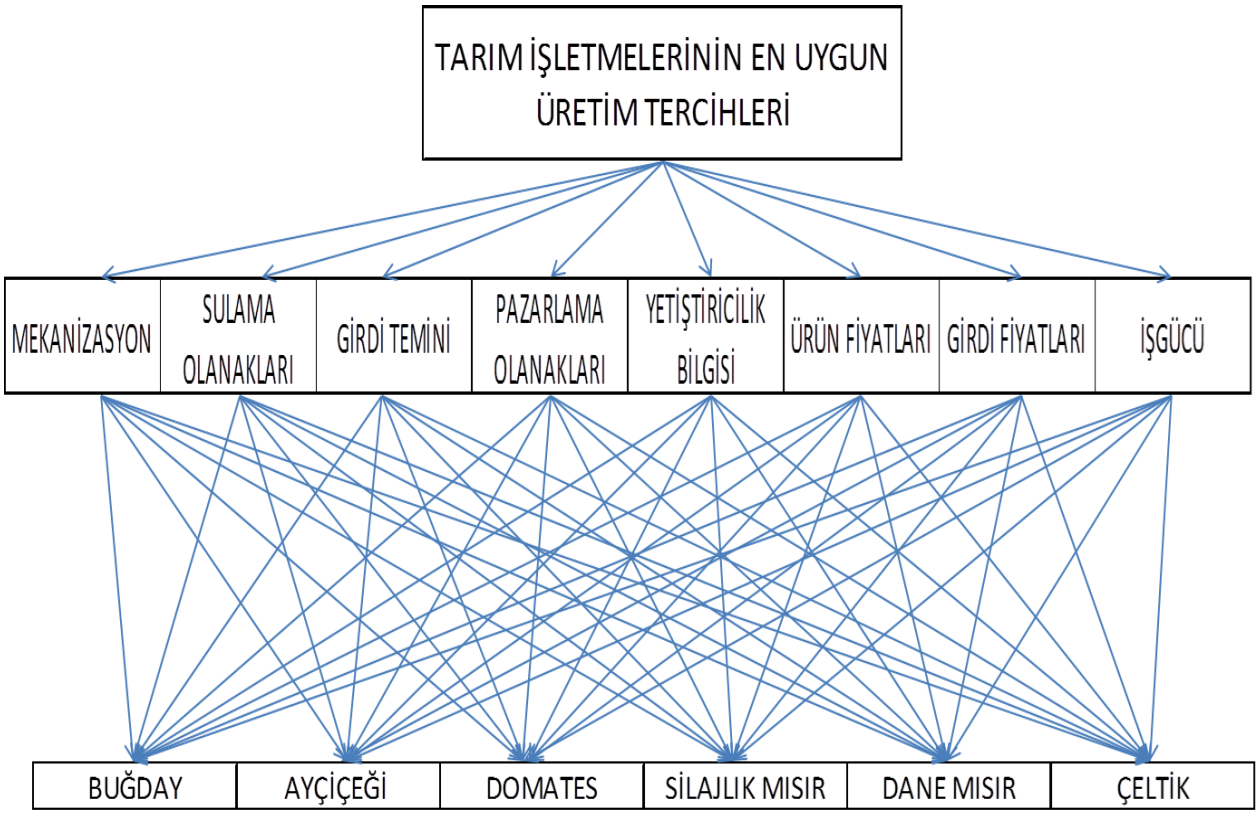
Karar verme, hedeflerin gerçekleştirilmesi yönünde alternatiflerden birini seçme sürecidir (Canhasi, 2010). Bir başka deyişle karar verme hedeflere ve amaçlara ulaşmak için, alternatifler arasından kriterler yardımıyla bir seçim yapma sürecidir (Forman ve Selly, 2000); (Cankurt, 2008). Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) ise çoklu ve birbiriyle çatışan kriterlerin gerçekleştirilmek istenen problemlerin çözümüne verilen genel bir addır (Çınar, 2004).

Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS), karmaşık bir durumu bileşenlerine ayırmak, bu bileşen veya değişkenleri hiyerarşik bir düzende sıralamak, her bir değişkenin göreceli önem düzeyine ilişkin kişisel yargılara rakamsal değerler vermek ve kararın sonucunu etkileyecek olan değişkenlerin öncelik düzeyini ortaya koyarak söz konusu yargıları sentezlemektir (Saaty, 1999); (Canhasi, 2010). AHS, bunun yanında nicel ve nitel kriterlerin de aynı anda değerlendirilebilmesine olanak tanıyan, karar vericilerin tutarlılıklarını ölçen ve grup karar verme süreçlerini destekleyebilen bir yöntemdir (Can, 2006).

Araştırmada, örnek hacmin belirlenmesinin ardından ortaya çıkmış olan işletme sayısı kadar orijinal nitelikli anketler yapılmıştır. Ancak bu anketlerden 40 tanesi analize sokulmuştur. Bu anketlerin bitiminde ikili karşılaştırmalar matrisi oluşturulmuştur. İkili karşılaştırmalar matrisinden elde edilen veriler çözülerek analiz yapılmış ve sonuçlar elde edilmiştir.

1. Bu çalışmada da toplanan verilerin analizinde Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemlerinden biri olan Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yönteminden yararlanılmıştır. Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) Thomas L. Saaty tarafından geliştirilmiş olup çok kriterli karar vermelerde kullanılabilen bir yöntemdir (Saaty, 1986). Bu yöntemde amaca giden yollar ayrıştırılır ve birbirleri arasında karşılaştırmalar yapılarak önem dereceleri belirlenir. Analitik Hiyerarşi Süreci yöntemi kısaca 3 aşamada gerçekleştirilir.
2. Adım: Analitik Hiyerarşi Süreci yöntemi ile çalışılırken hiyerarşi oluşturulmuştur. Hiyerarşi, karmaşık bir problemin çoklu ve seviyeli bir yapıda gösterilmesidir (Canhasi, 2010). İlk başta bir amaç hedeflenmeli ve bu amaç doğrultusunda hareket edilerek de kriterler, ihtiyaç duyulursa da alt kriterler belirlendikten sonra alternatifler verilmiştir. Yapılan bu işlemlerin sonucunda Analitik Hiyerarşi Süreci yönteminde önemli olan hiyerarşi modeli kurulmuştur. Kurulan hiyerarşi modeli Şekil 1 de gösterilmektedir.
3. Adım: Oluşturulan hiyerarşi modeli doğrultusunda, Saaty tarafından geliştirilen karşılaştırma ölçeği kullanılmaktadır. Bu ölçek yardımıyla veriler toplanmaktadır. Kriterler arasındaki karşılaştırmalar yardımıyla hem kriter öncelikleri hem de kriterlere göre alternatiflerin öncelikleri hesaplanmaktadır. Bu ölçek Tablo 1 de gösterilmektedir.
4. Adım: Bu aşamada sentezleme yapılmaktadır. Hiyerarşinin en altında başlanarak amaca yönelik olarak öncelikler belirlenmektedir. Oluşturulmuş olan ikili karşılaştırmalar matrisinden yüzde önem dağılımları verilen başka bir matris elde edilmektedir. Ardından karar kriterlerinin ağırlıklı puanları vektörü elde edilmektedir. Bu işlemler tek tek her kritere göre tekrarlanmalıdır. Bu veriler bir araya getirildiğinde de karar seçeneklerin ağırlıklı puanları matrisi elde edilmektedir. Karar kriterleri ağırlıklı puanları ile karar seçenekleri ağırlıklı matrisinin çarpımıyla karar seçeneklerinin toplam puanlarına ulaşılmaktadır (Çobanoğlu, Işın, 2009).

Şekil 1: Hiyerarşik Yapı



Tablo 1: Analitik Hiyerarşi Sürecinde Kullanılan Standart Tercih Ölçeği

Önem Derecesi	Tanım	Açıklama
1	Eşit Derece Önemli	İki seçenekte eşit derecede öneme sahiptir.
3	Orta Derece Önemli	Tecrübe ve yargı bir ölçütü diğerine karşı biraz üstün kılmaktadır.
5	Kuvvetli Derece Önemli	Tecrübe ve yargı bir ölçütü diğerine karşı oldukça üstün kılmaktadır.
7	Çok Kuvvetli Derece Önemli	Bir ölçüt diğerine göre üstün sayılmış ve bu üstünlük uygulamada göze çarpmaktadır.
9	Kesin Önemli	Bir ölçütün diğerinden üstün olduğunu gösteren kanıt çok büyük güvenirliliğe sahiptir.
2,4,6,8	Ara Değerler	Uzlaşma gerektiğinde kullanılmak üzere iki ardışık yargı arasındaki değerler
Sıfır Olmayan Karşılıklar	Eğer «i» aktivitesi ile karşılaştırıldığında yukarıdaki "0" olmayan sayılardan biri tayin ediliyorsa «j» ile «i» karşılık değerine sahiptir.	Mantıklı bir tahmin

Kaynak: Saaty L.T., 1990. How to make a decision: the analytic hierarchy process. European journal of Operational Researrch.

Analitik Hiyerarşi Sürecinde ikili karşılaştırmaların yapılıp sonuçların elde edilmesinden çok karşılaştırmaların tutarlılıkları da önem arz etmektedir. Buna istinaden har karşılaştırma için tutarlılık oranı hesaplamak gerekmektedir. Tutarlılık oranının 0.1' i geçmesi verilerin güvenini sarsacağından tutarlılık oranının %10 dan az olması beklenmektedir. Hesaplanan oran %10 dan ne kadar küçük ise karşılaştırmalar da o kadar tutarlıdır anlamı taşımaktadır (Saaty, 2000) .

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

CI: *Tutarlılık Göstergesi*

RI: *Rassal Tutarlılık İndeksi*

CR: *Tutarlılık Oranı*

Rassal tutarlılık indeksinin değeri aşağıdaki ölçekten yararlanılarak bulunmaktadır. Eleman sayısına göre karşılık gelen değer işleme sokulmaktadır. Yüzün üzerinde örnek kullanılarak yapılan kapsamlı saha çalışmaları sonucu 1 ila 15 boyutundaki matrisler için rassallık indeksi Tablo 2 deki gibi hesaplanmıştır (Topel, 2006).

Tablo 2 : Rassallık İndeksi

n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Rİ	0,0	0,0	0,58	0,9	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49	1,51	1,48	1,561	1,571	1,59

3.1. AHS Sonuçları

Önceki ifadelerde de belirtildiği üzere 99 üreticiden 40 tanesinin verileri araştırma kapsamına alınmıştır. Bu işletmeler, hiyerarşi modelimizde yer alan alternatifleri ya 2017 üretim sezonunda yetiştirmişler ya da daha önceki sezonlarda yetiştirmişlerdir. Yani analize dahil edilen 40 işletme bahsi geçen ürünlerin (alternatiflerin) üretim yöntemleri hakkında bilgi sahibidir.

Tarım işletmelerinden elde dilen ikili karşılaştırmalar ile tercih matrisleri oluşturulmuştur. Ardından her karşılaştırma için ağırlıklı puanlar hesaplanmıştır. Ayrıca her bir karşılaştırma için tutarlılık analizleri yapılmıştır. Çiftçilerin modele dahil edilen ürünlerin tercih edilmelerinde etkili olan kriterler için ikili karşılaştırmalar yapılmıştır. Kriterlerin birbirleriyle yapılan ikili karşılaştırmaları sonucunda oluşan matris yardımıyla karar kriterlerinin yüzde önem dağılımları ve karar kriterleri ağırlıklı puanları hesaplanmıştır. Yapılan tutarlılık analizleri sonucunda herhangi bir tutarsızlık gözlemlenmemiştir. Bahsedilen ağırlıklı puanlar Tablo 3 de gösterilmektedir.

Tarım işletmelerinden alınan verilere dayanılarak, aralarında karar vermeleri istenen kriterlerin satır ortalamalarına göre elde edilen puanlarda (0,364) bir değerle ürün fiyatı ilk tercih olmuştur. Burada üreticilerin bir ürünü üretmeye karar verecekleri zaman önce ürünün fiyatına önem verdikleri anlaşılmaktadır. Bunu (0,238) lik bir değerle girdilerin fiyatı takip etmektedir. Dolayısıyla çiftçiler açısından ürün fiyatları ve maliyetlerin oldukça önemli olduğu görülmektedir. Ardından sırasıyla sulama olanakları (0,124), pazarlama olanakları (0,121), yetiştiricilik bilgisi (0,049), mekanizasyon (0,035), işgücü (0,033) ve girdi temini (0,033) gelmektedir. Görüldüğü üzere girdi temini ve işgücü arasında bir farklılık gözlemlenememektedir. Karar vericiler üretim için bu iki kriteri en az dikkate aldıkları görülmektedir. Daha sonra her bir karar kriterine göre alternatifler arasında tercihleri tespit etmek için karşılaştırmalar yapılmıştır. Böylelikle karar kriterlerine göre alternatiflerin yüzde önem dağılımları ve ağırlıklı puanları tespit edilmiştir.

Mekanizasyon kriterine göre buğday (0,313) puanla birinci, ayçiçeği ikinci, dane mısır üçüncü, domates dördüncü, silajlık mısır beşinci ve çeltik altıncı sırada yer almıştır. Sulama olanakları kriterine göre buğday (0,350) puanla birinci, ayçiçeği ikinci, dane mısır üçüncü, silajlık mısır dördüncü, domates beşinci ve çeltik altıncı sırada yer almıştır. Girdi temini kriterine göre (0,324) lük bir değerle ayçiçeği birinci olurken buğday

ikinci sırada yer almıştır. Bunları dane mısır üçüncü, silajlık mısır dördüncü, domates beşinci ve çeltik altıncı sırada izlemektedir. Pazarlama olanakları kriteri açısından analiz yapıldığında da (0,297) puanla ayçiçeği birinci, buğday ikinci, dane mısır üçüncü, domates dördüncü, silajlık mısır beşinci ve çeltik altıncı seçilmiştir. Yetiştiricilik bilgisi kriterine göre de yine ilk sıraları buğday (0,321) ve ayçiçeği (0,258) almıştır. Ardından domates üçüncü, dane mısır dördüncü, silajlık mısır beşinci ve çeltik altıncı olmuştur. Ürün fiyatı açısından alternatifleri değerlendirmeye aldığımızda çeltik (0,372) puanla birinci, domates (0,328) puanla ikinci olarak tercih edilmiştir. Bunları üçüncü sırada dane mısır, dördüncü sırada silajlık mısır, beşinci sırada ayçiçeği, altıncı sırada da buğday takip etmektedir. Girdi fiyatı kriterine göre buğday (0,320) puanla birinci, ayçiçeği ikinci, dane mısır üçüncü, silajlık mısır dördüncü, çeltik beşinci ve domates altıncı olmuştur. İşgücü kriterine göre (0,343) puanla buğday birinci olurken buğdayı sırasıyla ayçiçeği, dane mısır, silajlık mısır, domates ve çeltik izlemektedir.

Son olarak karar kriterlerine göre karar tercihleri matrisiyle karar kriterleri ağırlıklı puanları vektörü çarpılarak karar seçenekleri ağırlıklı puanları hesaplanmıştır. Bu hesaplamalar tablo 7 de gösterilmektedir. Bu sonuçlara göre (0,213) lük değer ile buğday birinci, (0,197) lik değer ile ayçiçeği ikinci, (0,187) lik değerle çeltik üçüncü, (0,177) lik değerle domates dördüncü, (0,124) lük değerle dane mısır beşinci ve (0,102) lik değer ile silajlık mısır sonuncu olarak tercih edilmiştir.

Tablo 3: Karar Kriterlerinin Yüzde Önemleri ve Karar Kriterlerinin Ağırlıklı Puanları

Kriter	Kriter								
	M	S	G	P	Y	Ü	G	i	Satır Ortalaması
M	0,031	0,022	0,044	0,013	0,016	0,049	0,033	0,073	**0,035**
S	0,146	0,082	0,201	0,126	0,138	0,076	0,073	0,157	**0,124**
G	0,027	0,013	0,033	0,011	0,023	0,048	0,033	0,077	**0,033**
P	0,179	0,097	0,072	0,077	0,220	0,079	0,058	0,187	**0,121**
Y	0,099	0,028	0,072	0,012	0,035	0,051	0,033	0,065	**0,049**
Ü	0,274	0,452	0,296	0,428	0,292	0,431	0,507	0,234	**0,364**
G	0,215	0,291	0,231	0,320	0,235	0,214	0,227	0,178	**0,238**
İ	0,029	0,015	0,052	0,012	0,042	0,053	0,037	0,029	**0,033**
					TO= 0,0796				

Tablo 4: Karar Kriterlerine Göre Alternatiflerin Yüzde Önem Dağılımları ve Ağırlıklı Puanları

Alternatif	Mekanizasyon						
	B	A	D	S	D	Ç	Satır Ortalaması
B	0,341	0,378	0,274	0,314	0,339	0,230	**0,313**
A	0,251	0,248	0,252	0,272	0,284	0,189	**0,249**
D	0,109	0,081	0,107	0,137	0,108	0,179	**0,120**
S	0,095	0,093	0,118	0,074	0,078	0,133	**0,099**
D	0,113	0,108	0,173	0,105	0,089	0,167	**0,126**
Ç	0,091	0,091	0,077	0,099	0,102	0,103	**0,094**
				TO= 0,0773			

Alternatif	Sulama Olanakları						
	B	A	D	S	D	Ç	Satır Ortalaması
B	0,373	0,431	0,283	0,354	0,395	0,266	**0,350**
A	0,288	0,271	0,244	0,310	0,336	0,219	**0,278**
D	0,078	0,065	0,059	0,069	0,061	0,117	**0,075**

S	0,092	0,078	0,152	0,075	0,067	0,155	**0,103**
D	0,098	0,090	0,181	0,146	0,093	0,165	**0,129**
Ç	0,072	0,066	0,082	0,046	0,049	0,079	**0,066**
TO= 0,0812							

	Girdi Temini						
Alternatif	B	A	D	S	D	Ç	Satır Ortalaması
B	0,282	0,274	0,257	0,336	0,332	0,237	**0,287**
A	0,402	0,360	0,251	0,326	0,386	0,220	**0,324**
D	0,075	0,089	0,064	0,075	0,056	0,109	**0,078**
S	0,084	0,099	0,167	0,080	0,077	0,159	**0,111**
D	0,090	0,091	0,177	0,130	0,091	0,191	**0,128**
Ç	0,067	0,086	0,084	0,053	0,058	0,084	**0,072**
TO= 0,0733							

	Pazarlama Olanakları						
Alternatif	B	A	D	S	D	Ç	Satır Ortalaması
B	0,275	0,272	0,239	0,312	0,373	0,213	**0,281**
A	0,345	0,321	0,266	0,314	0,284	0,253	**0,297**
D	0,121	0,092	0,073	0,103	0,090	0,101	**0,097**
S	0,076	0,084	0,102	0,065	0,058	0,160	**0,091**
D	0,096	0,144	0,185	0,149	0,113	0,177	**0,144**
Ç	0,086	0,086	0,134	0,056	0,082	0,096	**0,090**
TO= 0,0841							

Alternatif	Yetiştiricilik Bilgisi						
	B	A	D	S	D	Ç	Satır Ortalaması
B	0,340	0,387	0,287	0,331	0,326	0,256	**0,321**
A	0,246	0,249	0,224	0,298	0,316	0,216	**0,258**
D	0,167	0,139	0,127	0,123	0,130	0,163	**0,141**
S	0,088	0,078	0,151	0,075	0,094	0,138	**0,104**
D	0,092	0,078	0,126	0,114	0,080	0,144	**0,106**
Ç	0,068	0,069	0,085	0,060	0,055	0,083	**0,070**
TO= 0,0818							

Alternatif	Ürün Fiyatları						
	B	A	D	S	D	Ç	Satır Ortalaması
B	0,032	0,025	0,039	0,015	0,018	0,046	**0,029**
A	0,081	0,042	0,043	0,023	0,021	0,057	**0,045**
D	0,259	0,294	0,309	0,372	0,413	0,323	**0,328**
S	0,169	0,159	0,069	0,075	0,051	0,081	**0,101**
D	0,173	0,183	0,072	0,150	0,088	0,087	**0,126**
Ç	0,285	0,298	0,469	0,365	0,409	0,406	**0,372**

TO= 0,0821							

Alternatif	Girdi Fiyatları						
	B	A	D	S	D	Ç	Satır Ortalaması
B	0,310	0,326	0,253	0,383	0,379	0,272	**0,320**
A	0,365	0,304	0,204	0,293	0,296	0,242	**0,284**
D	0,085	0,082	0,095	0,081	0,073	0,096	**0,085**
S	0,079	0,102	0,158	0,080	0,091	0,143	**0,109**
D	0,079	0,102	0,165	0,085	0,079	0,164	**0,112**
Ç	0,082	0,085	0,126	0,078	0,082	0,084	**0,089**
TO= 0,0766							

Alternatif	İşgücü						
	B	A	D	S	D	Ç	Satır Ortalaması
B	0,354	0,388	0,279	0,363	0,393	0,280	**0,343**
A	0,340	0,315	0,237	0,336	0,355	0,249	**0,305**
D	0,072	0,069	0,083	0,057	0,051	0,088	**0,070**
S	0,082	0,077	0,142	0,070	0,076	0,146	**0,099**
D	0,074	0,079	0,165	0,115	0,073	0,179	**0,114**
Ç	0,078	0,072	0,094	0,058	0,052	0,057	**0,068**
TO= 0,0818							

Tablo 5: Karar Kriterlerine Göre Alternatiflerin Ağırlıklı Puan Matrisi

Alternatif	Kriter							
	M	S	G	P	Y	Ü	G	İ
B	0,313	0,350	0,287	0,281	0,321	0,029	0,320	**0,343**
A	0,249	0,278	0,324	0,297	0,258	0,045	0,284	**0,305**
D	0,120	0,075	0,078	0,097	0,141	0,328	0,085	**0,070**
S	0,099	0,103	0,111	0,091	0,104	0,101	0,109	**0,099**
D	0,126	0,129	0,128	0,144	0,106	0,126	0,112	**0,114**
Ç	0,094	0,066	0,072	0,090	0,070	0,372	0,089	**0,068**

Tablo 6: Karar Seçenekleri Toplam Puanları

Alternatif	Kriter								Toplam
	M	S	G	P	Y	Ü	G	İ	
B	0,011	0,044	0,009	0,034	0,016	0,011	0,076	0,012	**0,213**
A	0,009	0,035	0,011	0,036	0,013	0,016	0,068	0,010	**0,197**
D	0,004	0,009	0,003	0,012	0,007	0,120	0,020	0,002	**0,177**
S	0,003	0,013	0,004	0,011	0,005	0,037	0,026	0,003	**0,102**
D	0,004	0,016	0,004	0,017	0,005	0,046	0,027	0,004	**0,124**
Ç	0,003	0,008	0,002	0,011	0,003	0,135	0,021	0,002	**0,187**

4. SONUÇ

Çanakkale ilinde Kumkale ovası olarak adlandırılan bölgede yapılan bu çalışma Çanakkale yöresinin üretim desenine uygundur. Kumkale ovası bu olguyu yansıttığı için seçilmiştir. Ovada bitkisel üretim yoğun olarak yapılmaktadır. Bölge hakkında gerekli bilgiler yerel üreticiyle görüşme yoluyla ve internet ortamından sağlanmıştır. Kumkale Ovasında 2017 üretim sezonunda en çok üretimi yapılan ürünler Çanakkale Ziraat Odası verilerinden elde edilmiştir. Bu ürünler sırasıyla buğday, ayçiçeği, domates, silajlık mısır, dane mısır ve çeltiktir. Bu ürünler kurulan hiyerarşi modelinde alternatif olarak ele alınmıştır. Oluşturulan hiyerarşide kriterler için tespit edilen faktörler genel bilgilere ilaveten çiftçi yaklaşımlarına göre saptanmıştır. Bu saptamalara göre kriterler mekanizasyon, sulama olanakları, girdi temini, pazarlama olanakları, yetiştiricilik bilgisi, ürün fiyatı, girdi fiyatı ve işgücü olarak seçilmiştir. Çalışmanın genel amacı ise karar vericilerin hangi ürünlerin üretimlerine yöneldiklerinin tespitidir.

Bu tespit doğrultusunda verilerin analiz edilip sonuçların nitel ve nicel olarak ortaya konulabilmesi için Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yöntemi kullanılmıştır (Taşkaya, Özüdoğru, 2016). Bu yöntemin tüm aşamaları aşılarak sonuçta bir tercih sıralaması oluşturulmuştur. Ortaya çıkan bu tercih sıralaması tablo 7 de verilmiştir.

Tablo 7: Karar Seçenekleri Toplam Puanlarının Sıralaması

Buğday	0,213
Ayçiçeği	0,197
Çeltik	0,187
Domates	0,177
Dane Mısır	0,124
Silajlık Mısır	0,102

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere buğday 0,213 puanla birinci olmuştur. Bu birincilik buğdayın doğrudan stratejik ürün olmasından kaynaklanmaktadır. Buğdayın birinci çıkmasında satış garantisinin olması, kuru arazilerde de maliyetleri karşılayamama durumu yaşatmaması, girdi maliyetlerinin diğer ürünlere göre daha az olması, işleme kolaylığı ve riskin daha az olması etki göstermektedir. Buğday aynı zamanda tek tek kriterlere göre yapılan incelemelerde ürün fiyatı kriteri haricinde tüm kriterlere göre birinci çıkmıştır. Ayçiçeği genel bir mübadele ürünü olup yoğun bir üretim maliyeti ve emek gerektirmemektedir. Ayçiçeğinde, imkanlar çerçevesinde uygun görülen yöntemlerle yapılabilecek sulama ile verim arttırılabilmektedir. Bu sebeplere ilaveten yine buğday gibi satış kolaylığının bulunması ayçiçeğini ikinci sırada tutmuştur.

Kumkale ovasında 2017 üretim sezonunda en çok üretimi yapılan ürünler ile bu araştırmadaki sonuçlar karşılaştırıldığında üçüncü sırada üretimi gerçekleşen domatesin dördüncü sırada tercih edildiği görülmektedir. Bu düşüş direkt olarak domates üretim maliyetlerinin giderek artması ve ürün fiyatlarının artış göstermemesinden ileri gelmektedir. Ayrıca 2017 üretim sezonunda bölgede popülasyonu oldukça artış göstererek özellikle domates üretime büyük zararları olan tuta absoluta (domates güvesi), üreticileri yavaş ve etkili biçimde domatesten vazgeçmeye sevk etmektedir. Fakat bölge halkı domates üretimini bilmekte ve belli dönemlerde iyi bir gelir getirisi beklemektedir. Bu durum üreticileri ürün desenlerine domatesi de dahil etmeye az da olsa yöneltmektedir. Bu durum göz önüne alındığında domatese yönelik maliyet artışlarının önleme çalışmaları yapılmalıdır. Ayrıca zararlılara karşı gerek ilgili bakanlık gerekse ilgili sivil toplum kuruluşlarınca bilgilendirme çalışmaları dahil çeşitli önlemler alınmalıdır. Aksi takdirde bölge üreticilerinin domates üretimine ilgisi azalmaktadır.

Yine 2017 üretim sezonunda en çok üretimi yapılan dördüncü ürün silajlık mısırdır. Ancak bu sonuçlara göre dane mısırın gerisinde kaldığı görülmektedir. Bunun sebebi dane mısırın bölgede genel olarak firmalara yönelik üretiliyor olmasından ileri gelmektedir. Firmalar çiftçilere üretimin başından sonuna kadar destek vermektedir. Ayrıca sözleşmeye bağlı olarak kesin fiyat garantisi verilmektedir. Ayrıca firmalar üreticilere dane mısır için bilgi desteği ve girdi desteği sağlamaktadır. Üreticiler bu gibi avantajlı gördükleri ürünlere yönelmektedir. Dane mısıra yönelik yapılan bu durum üreticilerin tercihlerinde etkili olmaktadır. Dolayısıyla gelecek üretim dönemlerinde dane mısırın üretim alanının artış göstermesi beklenebilmektedir. Devletin ihtiyaç duyulan ürünlerde üreticilere teknik ve mali konularda destek sağlamasının bölgenin üretiminde bir denge sağlayabileceği düşünülmektedir. Böylece çiftçilerin uzmanlaştıkları ürünlerde faaliyetlerini sürdürebilecekleri düşünülmektedir.

Çalışmanın sonucunda en çok dikkati çeken çeltiktir. Sezonda gerçekleşen üretimde çeltik altıncı sırada olmasına rağmen tercih tablosunda üçüncü sırada görünmektedir. Çeltiğin fiyat açısından avantajlı olması üreticileri çeltiğe yöneltip tercih etmelerini sağlamıştır. Buradaki genel sebep bölge üreticilerinin çeltikten kar edilebildiğini düşünmeleri olmuştur. Ancak çiftçiler çeltik üretmek istemelerine rağmen üretimini domates kadar bilmemektedir. Ayrıca çoğu arazinin yüksek kara elverişli bir durumda olmaması da bu isteği gerçekleştirememektedir. Bölgede çeltik üretimi yapan çiftçiler büyük çiftçiler olup gelir düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla doğa koşullarına ve piyasaya doğrudan bağımlı bulunan bitkisel üretimde bu denli yüksek maliyetli bir ürünü (çeltik) yetiştirme riskine sadece sezon içerisinde yüksek paralar döndürebilen büyük üreticilerin yetiştirebildiği görülmektedir. Tüm bu sebeplere ek olarak çeltik üretimine devletin kısıtlama getirmesi üretimi etkilemektedir. Kısaca bu sebepler çerçevesinde bakıldığında üreticiler çeltik yetiştirmeyi isteseler de bu pek mümkün olamamaktadır. AHS, analize karar vericilerin nitel ve nicel tercihlerini de dahil ettiği için burada gerçekleşemeyecek bir durum söz konusu oluşmuştur.

Genel olarak tarım işletmelerinin üretim tercihlerini etkileyen faktörlerin tespitini amaçlayan bu çalışmada, geçmiş araştırmaları destekler nitelikte ürün fiyatı (0,364) ve girdi fiyatı (0,238)(maliyet) kriterleri önemli bulunmuştur. Karar kriterlerini sırasıyla sulama olanakları, pazarlama olanakları, yetiştiricilik bilgisi, mekanizasyon, işgücü ve girdi temini takip etmektedir. Burada girdi teminin son sırada yer alması günümüzde girdilere rahat ulaşımın sağlanmasıyla ilişkilendirilebilmektedir. Karar vericiler işçi maliyetlerinde kısmak için genellikle üretimlerini kendileri gerçekleştirmektedir. Bu durum işgücü kriterinin son sıralarda olmasını açıklamaktadır. Üretici kendi emeğini görmezden geldiği için tercihlerinde işgücüne puan vermemiştir.

KAYNAKÇA

Can C. İ., 2006. Çok Kriterli Karar Verme Süreci İçin Bir Karar Destek Sistemi Geliştirilmesi ve Savunma Sanayinde Uygulaması. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

Canhasi E., 2010. Analitik Hiyerarşi Süreci. Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul.

Cankurt M., 2008. Aydın Yöresinde Çiftçilerin Traktör Talebi, Kullanım Memnuniyeti ve Satın Alma Davranışlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi. Ege Üniversitesi, İzmir.

Çobanoğlu F., Işın F., 2009. Organik Kuru İncir Üreticilerinin Organik Tarım Sistemi Tercihini Etkileyen Kriterlerin Analitik Hiyerarşi Süreci ile Analizi. Tarım Ekonomisi Dergisi, 15(2): 63-71.

Dal B., 2013. Analitik Hiyerarşi Yaklaşımı İle Üretici Kararlarının Analizi (Tokat İli Domates Üreticileri Örneği). Yüksek Lisans Tezi. Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat.

Günden C., 2016. Kıyı Ege Havzasında Çiftçilerin Üretim Dalı Tercihleri ve Tarım Politikaları. Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Dergisi, 53 (4):451-459.

Günden C., Miran B., 2008. Çiftçilerin Temel İşletmecilik Kararlarının Öncelik ve Destek Alma Açısından Analizi. Namık Kemal Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Dergisi, 5(2).

Saat M., 2000. Çok Amaçlı Karar Vermede Bir Yaklaşım: Analitik Hiyerarşi Yöntemi. Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, syf. 149-162.

Saaty L. T., 1986. Axiomatic foundations of tha analytic hierarchy process. Management Sicience.

Saaty L. T., 1990. How to make a decision: the analytic hierarchy process. European journal of Operational Researrch, 48 (1), 9-26.

Saaty L. T and Luis G. V., 2000. Models, Methods, Consepts & Applications of The Analytic HierarchyProcess, Kluwer's Internatıonal Series, ISBN 0-7923-7267-0.

Taşkaya Top B., Özüdoğru T., 2016. Türkiye'de Ayçiçeği Destekleme Politikalarının Tercihinde Etkili Olan Faktörler. TEAD, 2(2): 1-10.

Topel, A., 2006. Analitik Hiyerarşi Prosesinin Bulanık Mantık Ortamındaki Uygulamaları-Bulanık Analitik Hiyerarşi Prosesi. (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Yamane T., 1967. Elementary Sampling Theory, Prentice-Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.

Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi ve Lüks Oteller Üzerine Bir Uygulama

Arş.Gör.Burçak CEBECİ PERKER [1] **Dr. Öğr. Üyesi .Gülberk GÜLTEKİN SALMAN [2]**

[1] Bahçeşehir Üniversitesi, İİSBF, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü, burcak.cebeci@eas.bau.edu.tr

[2] Bahçeşehir Üniversitesi, İİSBF, Lojistik Yönetimi Bölümü, gulberk.salman@eas.bau.edu.tr

Özet: Lüks otellerde, kalitenin belli bir düzeyde gerçeklemesi, hizmet üretiminin sürekli iyileştirilmesi ve hizmeti üretecek olan çalışanların nitelikli olmalarına bağlıdır. Bugünkü işletmecilik anlayışında sadece kalite çemberindeki çalışanlar değil, otelde çalışan herkes kaliteden sorumludur. Beş yıldızlı otellerin başarılı olabilmesi için, hizmet kalitesini dünya standartları çerçevesinde, müşterilerin beğenileri doğrultusunda ve tüm otel çalışanlarının aktif katkısı ile biçimlendirmesi gerekliliği doğmuştur.Hizmet stoklanamadığı için, müşterinin memnuniyet ölçümü de anında yapılmalıdır, çünkü hizmet üretildiği anda teslim edilir, müşteri ile karşı karşıyayken hatanın önlenmesi için artık çok geçtir. Bu nedenle kalite hizmet sektöründe çok önemli bir unsurdur. Tatmin olmuş müşteri yaratmak için hizmet kalitesini sağlamak gereklidir. Bu gereklilikten yola çıkarak bu çalışmada tatmin olmuş müşteri yaratmak için İstanbul'daki iki önemli zincir otelin neler yaptıklarını araştırılarak, neler yapabileceklerine dair tespitlerde bulunulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Hizmet, Ürün, Kalite, Memnuniyet

Quality Management In The Service Sector and An Application On Luxury Hotels

Abstract: In luxury hotels, the quality dependents are; continuous improvement in production and the quality of the employees providing the service. In todays managerial understanding, not only the employees working inside the quality chamber but all the workers are responsible from the qualityof the service. For these five-star hotels to become successfull, service quality should be in world wide standarts , which are fixed under the needs and desires of the guests and should be performed by all the hotel employees actively.Since service can not be stored, customer satisfaction should be surveyed instantly.This is because service is delivered just after it is production and it is too late to prevent mistakes. Thus quality is a very significant component in service sector. For a fully satisfied customer, it is necessary to provide the service quality .Via this purpose(setting out from this need), we have researched what two important five star hotels in İstanbul have done and what could be added to their service in order to obtain fully satisfied guests .

Keywords: Service, Product, Quality, Satisfaction

1.GİRİŞ

Günümüzde rekabet ortamının giderek artması sebebi ile özellikle hizmet sektöründe, müşteriye değer verip uzun dönemli ilişkiler kurabilen işletmelerin pazarda rekabet edebilme ve başarılı olabilme şansları artmaktadır. Müşteri ile uzun dönemli ilişki kurabilmenin en önemli unsurlarından biri kalite odaklı yaklaşımdır. Hizmet kalitesi, memnun kalmış müşterilerin yaratılması açısından önem taşımaktadır. Bu çalışmada, hizmet kalitesi gerekliliğinden yola çıkılarak tatmin olmuş bir müşteri kitlesine ulaşmak için İstanbul'daki iki önemli zincir otelin neler yaptıklarını araştırılmış, neler yapabilecekleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Bulgular, hizmet kalitesinin müşteri elde etme ve müşteri ilişkilerini sürdürmede önemini ortaya koymaktadır. İnsan kaynağı olmadan hizmet alınması söz konusu olamayacağından, tüm hizmet şirketlerinin kaliteyi arttırmak için hali hazırda ücret ödediği insan kaynağını nasıl daha verimli kullanabilecekleri yönünde araştırma yapmaya odaklanmaları gerekmektedir.

1. HİZMET KAVRAMI

1.1. Hizmet Nedir?

Hizmetin birçok tanımı olmakla beraber bazıları aşağıda belirtilenlerdir.Hizmet; bir partinin diğer bir partiye sunduğu genellikle elle tutulamayan ve sahip olunamayan bir davranış ya da performanstır (Kotler, 2003).Hizmet; tüketici ihtiyaçlarının tatmin edilmesi amacıyla meydana getirilen maddi niteliği olmayan üründür (Berry, 1984).Hizmet; tüketicilerin mülkiyetle ilişkisi olmaksızın satın aldıkları faydalardır (Zeithalm ve diğ,1985).Hizmet; üretildiği yerde tüketilen bir iş veya eylem, bir performans, sosyal olay veya çabadır (Enrick, 1996). Hizmet; fiziksel ve psikolojik olarak kişiye, sosyal açıdan ise topluma zaman, mekan ve yer faydası sağlama olgusu olarak tanımlanabilir (Bhatia, 1986). Son yılların en önemli trendlerinden biri hizmetlerdeki önlenemez artıştır. Amerika'da şu anda hizmet sektöründeki iş gücü tüm işlerin %79'u ve milli ürünün %74'ünü

oluşturmaktadır (Kotler, 2003). Hizmet endüstrisi çok çeşitlidir. Devlet adliye, iş bulma kurumları, okul, sağlık kuruluşu, polis, itfaiye, posta servisleri gibi yollarla hizmet sunar; kar amacı gütmeyen özel şirketler müze, din kurumları, okul, sağlık kuruluşları yoluyla hizmet sunarlar; şirketler havayolu, otel, sigorta şirketleri, tıbbi ve hukuki uygulamalar, eğlence, reklam şirketleri vb. ile hizmet sunarlar. Üreticiler ve dağıtıcılar, kendilerini farklılaştırmak ve rakiplerinden bir adım öne çıkarmak için mükemmel hizmet olgusunu gerçekleştirmeye çalışırlar.

1.2. Hizmet Karması Kategorileri

Her şirketin pazara sunduğu ürünlerde birtakım hizmetler saklıdır. Hizmet faktörü sunulan ürünün azınlığını ya da çoğunluğunu kapsayabilir. Bunlar 5 kategoride tanımlanabilir:

1. Tamamen somut ürünler: Bunlar sabun, diş macunu gibi tamamen somut olan ve yanında bir hizmetin sunulmadığı ürünlerdir.
2. Hizmetlerin eşlik ettiği somut ürünler: Bir ya da birden fazla hizmetin eşlik ettiği somut ürünlerdir. Levitt'e göre araba, bilgisayar gibi ürünlerde teknoloji ne kadar gelişirse, bu ürünlerin satışları onlara eşlik eden müşteri hizmetlerinin kalitesi ve bulunabilirliğine o kadar bağlıdır.
3. Melez ürünler: Bu ürünlerde hizmet ve malın oranı eşittir. Yiyecek ve hizmet sunan restoranlar buna örnektir.
4. Az miktarda ürünü eşlik ettiği hizmetler: Bu ürünler büyük miktarda hizmet onun yanında ise ek olarak az miktarda somut ürün sunarlar. Örneğin; havayolu yolcuları taşımacılık hizmeti alırlar. Yaptıkları seyahat onlara yiyecek, içecek ya da bir havayolu dergisi gibi bazı somut ürünler de sunar. Burada hizmet aslında "uçak" gibi bir somut sermaye ile gerçekleşir, ama burada sunulan asıl ürün sunulan hizmettir.
5. Salt hizmet: Bu ürün sadece bir hizmet verir. Bebek bakıcılığı, psikoterapi, masaj vb. hizmetler buna örnektir.

Bu ürün hizmet karışımında çeşitlilik çok olduğu için, hizmetleri ayırmak oldukça güçtür. Bu nedenle bazı genellemeler kullanılabilir:

- Hizmetlerin bir araç aracılığıyla mı (otomatik araba yıkamalar, kahve makineleri vb.) yoksa insan aracılığıyla mı (pencere temizleme vb.) yapıldığı önemlidir. İnsan aracılığıyla verilen hizmetler, hizmeti veren kişinin yetenekli, yeteneksiz ya da profesyonel olmasına göre değişiklik gösterir.
- Bazı hizmetler müşterini varlığına gereksinim duyarken, bazıları için müşterini orada olması bir gereksinim değildir. Bir beyin ameliyatında müşterinin ameliyatta bulunması gerekirken, bir araba tamiratında müşterinin varlığı gerekli değildir. Eğer müşteri o anda mutlaka orada olacaksa, hizmeti veren için müşterinin ihtiyaçları ön planda olmalıdır.
- Hizmetler, kişisel (özel) hizmet ya da iş için hizmet olarak da farklılaşır. Hizmet sunan işletmeler kişisel ya da iş pazarları için ayrı pazarlama programları geliştirirler.
- Hizmet sunan işletmeler kar amacı güden ya da gütmeyen olmak üzere amaçlarına göre ve özel ya da kamu sermayeli olmalarına göre farklılık gösterirler. Bu iki özellik eğer çapraz olarak kullanılırsa, 4 değişik tip organizasyon ortaya çıkar. Özel sermayeli bir hastanenin pazarlama stratejisi, özel bir vakıf hastanesinden farklı olacaktır (Kotler, 2003).

1.3. Hizmetlerin Özellikleri

Stok yapılamaması: Ürünler stoklanabildiği halde hizmetler stoklanamaz. Hizmetleri bir yana koyup daha sonra kullanmak mümkün değildir. Tarifeli sefer yapan uçaktaki kalkıştan sonra boş kalan koltukları doldurma, bir elektrik idaresinin ürettiği ancak satamadığı elektriği depolama, bir konaklama tesisinin boş kalan odalarını bir yana koyup bekletme imkanı yoktur. Boş koltukların, odaların ve kullanılmayan elektriğin maliyeti olduğu halde kullanılmadığı zaman geliri yoktur, bu geliri ileride elde etme imkanı da yoktur.

Etkileşim farkı: Hizmette çok sayıda etkileşim vardır ve bu etkileşim çoğunlukla insanlar arasında olur.

Müşterinin değerlendirme farkı: Sunulan hizmet müşteri tarafından devam ettiği sürece sürekli değerlendirmeye tabi tutulur.

Tetkik farkı: Hizmet, karakteri icabı dinamiktir, statik değildir. Hizmet durdurulup ne olduğuna bakılamaz.

Gözlem farkı: Hizmetlerin tetkiki çoğunlukla gözlemle olur ve hizmet kalitesine ilişkin sonuçlar bu gözlemlerden çıkarılır.

İnceleme farkı: Hizmet kalitesi ürün kalitesi gibi önceden incelenemez.

Deneyim farkı: Hizmetler, ürünler gibi önceden görülerek, beğenilerek alınmaz, ancak yapıldıktan sonra beğenilir veya beğenilmez.

Talep farkı: Hizmetler talep üstüne verilir.

Zaman farkı: Hizmetlerin zaman boyutu vardır, belirli bir süre içinde meydana gelirler.

Güvenilirlik farkı: Hizmetler insanların güvenilirliğine bağlıdır.

Sunan farkı: Hizmetler genelde bir işletmede nispeten en düşük ücreti alan çalışanlarca yapılır (Özbaşar,2005).

1.4. Hizmet Kalitesi ve Ölçümleri

Hizmet Kalitesi

Hizmet kalitesi; müşteri beklentilerinin karşılamak için üstün ya da mükemmel hizmetin verilmesidir (Odabaşı, 2000). Hizmet kalitesi; bir kuruluşun müşteri beklentilerini karşılayabilme ya da geçebilme yeteneğidir (Üner, 1994).Tanımlardan anlaşılacağı gibi hizmet işletmelerinde kaliteyi belirleyen müşterilerdir. Bu nedenle hizmet işletmelerinde kalitenin müşteriler tarafından nasıl algılandığı büyük önem taşımaktadır. Hizmetlerin soyut olması hizmet kalitesinin de soyut olmasını beraberinde getirmektedir. Bu nedenle tüketiciler için hizmet kalitesinin değerlendirilmesi ürün kalitesinin değerlendirmekten daha zordur. Hizmet kalitesi algılamaları, tüketici beklentilerinin gerçekleşen hizmet performansı ile beklentilerinin karşılaştırılmasının sonucudur. Kaliteye ilişkin değerlendirmeler sadece hizmet çıktısına bakılarak yapılmamaktadır. Aynı zamanda hizmet sunumu sürecinin değerlendirilmesin de içermektedir. Yani tüketiciler hizmetin sonucun değil, hizmetin veriliş şeklini de değerlendirmektedirler.

Hizmet Kalitesi Boyutları

1. **Fiziki özellikler:** Şirketin hizmet sunmadaki fiziksel olanaklarını, araç gereç ve personelin görünüşünü içerir. Temiz ve profesyonel görünümlü personel, çağdaş ekipman, göze hoş görünen tesisler bunlara örnektir.
2. **Güvenilirlik:** Söz verilen hizmeti doğru ve güvenilir bir şekilde yerine getirebilme yeteneğidir. Hizmetlerin ilk seferde doğru ve söz verildiği zamanda yapılması, hatasız kayıt tutulması bunlara örnektir.
3. **Hizmete hazır olma:** Müşterilere yardım etme ve hizmetin hızlı bir şekilde verilmesidir. Müşterilere anında hizmet verilmesi ve müşterilerin isteklerine karşılık vermeye hazır olmaktır.
4. **Garanti verme:** Çalışanların bilgili ve nazik olması, müşterilerde güven duygusu uyandırabilme becerileridir. Sürekli nazik personel , müşterilerde güven yaratan personel bunlara örnektir.
5. **Empati:** Şirketin kendini müşterinin yerine koyması, müşterilere kişisel ilgi gösterilmesidir. Müşterilerin ihtiyaçlarını anlayan ve müşteriyle birebir ilgilenen personel buna örnektir.

1.5. Hizmet Şirketlerinin Amacı

Hizmet şirketlerinin amacı; farklılaşmayı, hizmet kalitesinin ve verimliliği arttırmaktır.

1. Farklılığı pazarlamak:

Hizmet üreticileri sıkça hizmetlerini farklılaştırmanın zorluğundan şikayet ederler. Eğer müşteriler bir hizmeti homojen olarak algılarlarsa, hizmet üreticisiyle o hizmete tutardan daha az ilgilenirler. Yani hizmet üreticileri rakipleri ile hemen hemen aynı hizmeti veriyorlarsa hizmet alacak olan müşteri için fiyat daha önemlidir. Fakat hizmetler farklılaştırılabilir. Fiyat rekabetine alternatif olarak farklı sunum, dağıtım ve imaj geliştirilebilir.

Sunum: Hizmetin sunumunda yaratıcı fikirler kullanılabilir. Müşterinin beklediği hizmet öncelikli (birincil) hizmet paketidir. Hizmet üreticisi buna ikincil hizmet özellikleri ekleyebilir. Lüks otellerin devamlı seyahat eden müşterilerine bilgisayar, faks ve e-mail için ofis ortamı yaratmaları buna örnektir. Burada en büyük risk, bu

yeniliklerin kolayca taklit edilebilmesi olsa da, yine de devamlı yenilikler sunan bir şirket rakipleri karşısında her zaman avantajlı durumda olur.

Dağıtım: Bir hizmet üreticisi kendini daha hızlı ve daha iyi dağıtım yaparak farklılaştırabilir. Bu, üç unsurla yapılır;

- Güvenilirlik; zamanında ve eksiksiz teslimat
- İsteklere yanıt verebilme; acil durumları daha iyi idare ederek, müşteri isteklerini başarı ile yanıtlamak
- Yaratıcılık; müşterilere daha çok yardım etmek adına daha iyi bilgilendirme sistemleri kurmak vb.

Bazı dağıtım uzmanlarının savına göre bir hizmet üreticisi parasını reklamdan çok dağıtım performansını iyileştirmeye harcamalıdır.
İmaj: Hizmet üreticileri kendilerini sembolleri ve markaları ile farklılaştırabilirler.

2. Hizmet kalitesini arttırmak:
Müşteriler hizmet beklentilerini, geçmiş tecrübelerinden, başkalarının ağzından duyduklarından ve reklamlardan oluştururlar. Müşteriler aldıkları hizmetleri bekledikleri hizmetle karşılaştırırlar. Eğer alınan hizmet, beklenen hizmetin altında ise müşteriler tatmin olmaz. Eğer alınan hizmet beklenen hizmete eşit ya da üzerindeyse o zaman müşteriler tekrar o hizmeti alırlar (Kotler, 2003).

Parasurman, Zeithaml ve Berry, yüksek hizmet kalitesi sunmayı öne çıkaran bir hizmet-kalite modeli kurmuşlardır. Bu modele göre başarısız bir hizmet iletişimi 5 boşluktan kaynaklanır.

1. *Müşterinin beklentisi ve yönetimin algısı arasındaki fark:* Yönetim müşterilerin ne istediğinin her zaman anlayamaz. Örneğin; hastane yöneticileri hastalarının daha iyi yemek bekliklerinin düşünürken, hastalar ise daha ilgili hemşire beklentisi içinde olabilirler.
2. *Yönetimin algısı ile hizmet-kalite ayrımı arasındaki fark:* Yönetim müşterilerinin beklentilerinin doğru anlamış olabilir fakat belli bir performans standardı getirmemiş olabilir. Hastane yöneticileri hemşirelerin hızlı servis vermelerini istemiş fakat belli bir standart periyot belirtmemiş olabilirler.
3. *Hizmet-kalite özellikleri ve hizmet sunumu arasındaki fark:* Personel hizmet standartlarını karşılayamayacak biçimde zayıf eğitilmiş, beceriksiz ve standardı yakalamakta isteksiz olabilir.
4. *Hizmet sunumu ve dış iletişim arasındaki fark:* Müşteri beklentileri, şirket temsilcilerinin ya da şirket reklamının ilettiği mesajlardan etkilenebilir. Bir otel broşürü oteli çok lüks ve konforlu diye lanse ettikten sonra, müşteri otele konaklamaya geldiğinde söylenenin tam tersi bir manzara ile karşılaşırsa, bu dış iletişim aracı müşterinin beklentilerini alt üst etmiş olur.
5. *Algılanan hizmet ve beklenen hizmet arasındaki fark:* Buradaki fark hizmet satın alan müşterinin hizmet kalitesini yanlış algılamasından kaynaklanır. Bir hastanede bir fizik tedavici hastayla ilgilenmek amacıyla hastayı ziyaret edebilir, fakat bu, hastanın bir şeylerin yanlış gittiğinden kuşkulanmasına sebep olabilir.

Hizmet kalitesinin arttırılması ancak aşağıdaki olguların üzerinde durularak mümkün olabilir.

- Şirketin stratejisi: Başarılı hizmet üreticileri müşteri odaklıdır ve her zaman müşterilerini ve onların ihtiyaçlarını hedef alırlar ve bu yolda da belirli ve spesifik bir strateji geliştirirler.
- Üst yönetimin katılımı/çabası: Mariott, Disney ve McDonald's gibi şirketler hizmet kalitesine kendilerini gerçekten adamışlardır. Onların üst yönetimi sadece aylık finansal performansa değil, hizmet performansına da bakarlar.
- Yüksek standartlar: En iyi hizmet üreticileri yüksek hizmet kalitesi standartları koyarlar. Citibank, telefon çağrılarını 10 saniyede müşteri mektuplarını da 2 günde cevaplamayı amaçlar
- Self-servis teknolojileri: Birçok insandan insana hizmet etkileşimlerinin yerini self-servis teknolojiler almıştır. Banka ATM'leri, otomatik pompalı benzin istasyonları, self check-out yapılan oteller, internetten bilet alımı buna örnektir. Bütün self-servis teknolojiler hizmet kalitesini geliştirmez, fakat hizmet işletmelerinin daha doğru, rahat ve hızlı yapılmasını sağlayabilir.
- Kontrol sistemleri: Başarılı firmalar, hem kendi hem de rakiplerinin hizmet performansını düzenli bir şekilde kontrol ederler. Bunun için karşılaştırma ziyaretleri, müşteri anketleri, şikayet ve öneri formları ve hizmet-kontrol takımları kullanırlar.

- Müşteri şikayetlerinin tatmini: Müşteri memnuniyetsizlikleri ile ilgili yapılan araştırmalara göre, müşteriler yaptıkları alışverişlerin %25'inden memnun olmalar fakat bunun sadece %5'inde şikayet ederler. Kalan %95 şikayet etmeye değmeyeceğini ya da nasıl ve nereye şikayet etmeleri gerektiğini bilmeyen insanlardır. Ortalama olarak tatmin olmuş bir müşteri bu iyi ürün tecrübesini 3 insana anlatırken, tatmin olmayan bir müşterinin bu deneyimini paylaştığı insan sayısı 11'dir. Eğer başarılı bir şekilde ele alınırsa her şikayet bir hediyedir. Tax ve Brown'un tespitine göre müşterilerin şikayet etmesinin teşvik eden ve bu durumlarda çalışanlarını yetkilendiren şirketler, hizmet aksaklıkları giderme konusunda bir sistem geliştirmemiş şirketlere göre daha fazla gelir ve daha yüksek kar elde ederler.
- Müşterileri olduğu kadar çalışanları da memnun etmek:Mükemmel hizmeti veren şirketler, çalışanların pozitif tutumlarının daha güçlü müşteri sadıklığı teşvik edeceğini bilirler. Sears, müşteri memnuniyeti, çalışan memnuniyeti ve karlılık arasında yüksek bir korelasyon olduğunu bulmuştur. Hallmark, Four Seasons Otelleri gibi firmalarda çalışanlar şirketlerinden gurur duyduklarını gösterirler (Hui ve diğ,1996).

3. Verimliliği arttırmak:
Hizmet üreticileri verimliliği arttırmak ve maliyetleri düşürmek adına büyük baskı altındadırlar. Hizmet verimliliğini arttıran yaklaşımlar aşağıda belirtilmiştir.

a- Şirketler daha iyi personel seçimi ve eğitimi yoluyla daha yetenekli personele

sahip olabilirler.

b- Hizmeti standardize ederek hizmeti sanayileştirmek.

c- Hizmete olan ihtiyacı bir ürün sunarak azaltmak.

d- Daha etkili bir hizmet oluşturmak. Sigaranın nasıl bırakılmasını öğreten kliniklerin, pahalı tıbbi hizmetlere olan ihtiyacı azaltması gibi.

e- Müşterileri hizmeti kendilerinin iş yaparak almasını sağlamak; istasyonların müşterileri pompacılara dönüştürmesi gibi.

f- Müşterilerin daha iyi hizmet alması ve hizmet çalışanlarının daha verimli olması için teknolojinin gücünü müşterilere aşılamak.

1.6. Hizmet Şirketleri için Pazarlama Stratejileri

Hizmet şirketlerinde 3 çeşit pazarlama vardır:
1. İçe dönük pazarlama

2. Dışa dönük pazarlama

3. Karşılıklı pazarlama

Hizmet pazarlaması sadece dışa dönük pazarlamayı değil, içe dönük ve karşılıklı pazarlamayı da kapsamaktadır

Dışa dönük pazarlama, müşteriye verilecek hizmeti hazırlama, fiyatlandırma, dağıtma ve tutundurma işlevlerini kapsar. İçe dönük pazarlama ise müşteriye daha iyi hizmet verebilmek için çalışanların eğitimi ve motivasyonunu içerir. Karşılıklı pazarlama, çalışanların müşteriye hizmet vermedeki becerilerini ve yeteneklerini tanımlar. Müşteriler aldıkları hizmetleri sadece teknik kalitelerine göre değil, aynı zamanda nasıl sunulduğuna baktıkları için, hizmet üreticileri, ileri teknoloji ve üstün fiziki özelliklerin yanı sıra, müşteriyle sıkı iletişimde kurmaya özen göstermelidir (Bitner, 1990).

Hizmet Kar Zinciri

Hizmet-kar zinciri hem çalışanların hem misafirlerin önemini vurgulayan ve bunların bileşiminin şirket performansını arttırdığını savunan güçlü bir olgudur. Hizmet kar zinciri şirket yönetmelikleri, personel memnuniyeti, değer yaratma, müşteri memnuniyeti ve karlılık arasında ilişki kuran bir eşitliktir.Hizmet-kar zincirinin gelişimi aşağıdaki şemada görülmektedir.

çalışan memnuniyeti → değer → müşteri memnuniyeti → müşteri sadakati → kar&büyüme

Hizmet-kar zinciri başarılı hizmetlerin belkemiğini oluşturur. Şirket içi kalite, çalışan memnuniyetine, çalışan memnuniyeti çalışan sadakatine, çalışan sadakati verimliliğe, çalışanların verimliliği değer yaratmaya, yaratılan değer müşteri memnuniyetine, müşteri memnuniyeti müşteri sadakatine, müşteri sadakati de karlılık ve büyümeye sebep olur. Başarılı şirketler karlılıklarını arttıracağını bildikleri için, müşteri sadakati ve çalışan memnuniyeti üzerine yoğunlaşırlar.Bu konuda 5 öneri verilmektedir:

1. Kar ve büyüme öncelikle müşteri sadakatiyle gerçekleşir.

2. Sadakat tamamen müşteri tatmininin direkt bir sonucudur.

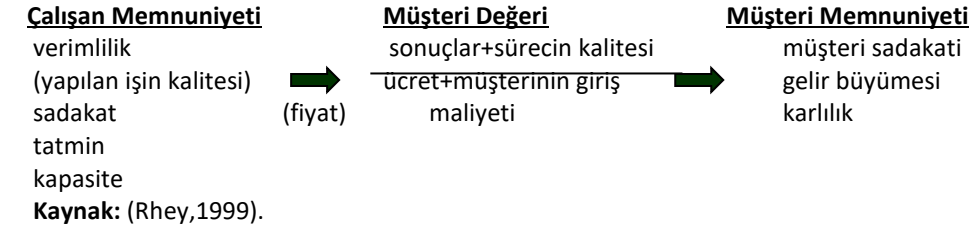
3. Müşteri tatmini büyük ölçüde müşteriye sunulan hizmetin değerinden etkilenir.

4. Değer, tatmin olmuş, sadık ve verimli çalışanlar tarafından yaratılır.

5.Çalışan memnuniyeti, sadakati ve verimliliği büyük ölçüde yüksek kaliteli hizmetlerin ve çalışanların müşteriye doğru değerleri sunmalarını sağlayan şirket politikalarının sonucudur(Heskett ve diğ,1994)

Hizmet –Kar zincir yapısı en temel haliyle çalışan memnuniyeti müşteri değeri ve müşteri sadakati arasından oluşmaktadır (Rhey,1999).

Şekil 1: Hizmet –Kar Zinciri Yapısı



Kaynak: (Rhey,1999).

2. HİZMET ŞİRKETLERİNDE TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ

2.1. Kalite Nedir?

Kalitenin değişik tanımları aşağıda belirtilmiştir.Bir ürün veya hizmetin düşük maliyetle ve müşteri ihtiyaçlarını karşılayacak üniform ve güvenilirlikte üretilmesidir. (Nursoy,2002)Kalite bir ürünün kullanıma sunulmasından sonra karşılaşılan hataların azlığıdır(Saunders,1996). Kalite bir ürün veya hizmetin belirlenen ihtiyaçları karşılama kabiliyetine dayanan özelliklerinin tümüdür. (Nursoy,2002)

2.2. Toplam Kalite Yönetimi Nedir?

Toplam kalite; bir işletmede yapılan bütün işlerde müşteri isteklerini karşılayabilmek için şart olan yönetim, insan, yapılan iş, ürün ve hizmet kalitelerinin bir sistem yaklaşımı içerisinde tüm çalışanların katılımı, hedef ve fikir birlikteliği sağlanarak ele alınması ve geliştirilmesidir.(Nursoy,2002)

Günümüz rekabet koşullarında, işletmelerin hayatta kalabilmeleri ve başarılı olabilmeleri, kaliteyi arttırmak, maliyetleri düşürmek ve bunun yanında müşteri tatminini ön planda tutmaya bağlı bulunmaktadır. Toplam kalite yönetimi bir dizi program değildir, tam tersine bir sistemdir. Değişik çevrelerde ve değişik şekillerde uygulanmakla beraber, tüm işletmelerin kabul ettiği bir amacı vardır, o da, işletmelerce sağlanan mal veya hizmetin müşterilerin beklentilerine uygunluğudur. Bu husus da dikkate alındığında toplam kalite yönetimi, müşteri ve çalışanların mutluluğunu amaç edinen bir dizi felsefe, yöntem ve süreçten oluşan bir sistemdir denilebilir. (Paksoy,2002)

Toplam kalite yönetimi bir düşünce tarzı, bir yönetim felsefesidir ve burada sürekli iyileştirme-geliştirme öngörülmektedir. Toplam kalite yönetiminde önemli olan, belli bir takım teknikleri alıp peş peşe bunları uygulamak değil, her şeyden önce tutum ve inançlarda bir değişiklik oluşturarak müşteriyi ön plana almaktır. Bunun için de, işletmede çalışan belirli kesimlerin değil, tüm çalışanların işin içine çekilmesi gerekir. Toplam kalite yönetimi tutum ve davranışlarda değişiklik gerektiren bir yaklaşımdır. Bunun için de işletmelerin davranışsal yönden çalışanları buna hazırlamaları gerekir. Toplam kalite yönetimi, yalnızca bir kalite geliştirme programı olarak ele alınmamalıdır. Bilindiği gibi, kalite geliştirme uygulamalarının temelinde istatistiksel ve matematiksel yöntemlerle sorunların çözümü ağırlık kazanır. Halbuki, toplam kalite yönetiminde olayın teknik yönünün yanında, sosyal ve psikolojik yönü de dikkate alınır. Bununla birlikte, kaliteyi ve müşteri tatminini ön

plana alan toplam kalite yönetimi, aynı zamanda verimliliği arttırmak amacındadır. Bir başka şekilde dile getirilirse, " Amacı, müşteri isteklerinin karşılanması olan toplam kalite yönetimi, bunu yaparken tüm işlerin ve işlemlerin sürekli iyileştirmesi ve tüm çalışanların katılımını gerekli kılmaktadır." Çalışanların katılımının sağlanmadığı takdirde kalite yönetimi bir yönüyle eksik kalmış demektir ve başarı şansı fazla olamaz.Toplam kalite yönetiminin hedefleri; müşterinin ihtiyaçlarını tatmin etmek, problemleri çözmek, üretim veya hizmetin düşük kalitede oluşmasına engel olmaktır.

2.3. Hizmet Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi

Toplam kalite yönetimi, başarıya ulaşmak için kaliteye adanan bir yönetim şeklidir. Toplam kalite yönetimi üretim endüstrisinde uygulanmaya başlanmış ve bu felsefenin terminolojisi ve teknikleri büyük ölçüde o ortamda şekillenmiştir. Bu nedenle hizmet sektöründe uygulanması, fikirlerin değişik ortamlara uyarlanmasıyla mümkün olabilir. Üretim ve hizmet organizasyonlarının en önemli farkları, hizmet sektöründe ürünün önceden de belirtildiği gibi soyut olması, stoklanamaması, müşterinin varlığına gereksinim duyması ve çalışan tarafından üretilen bir ürün olarak görülmemesidir. Hizmetlerin soyut olması, ürün kalitesine katkıda bulunabilecek kantitatif terimlerin hizmetlere yapıştırılmasını oldukça zor hale getirmektedir. Hizmet ürünleri stoklanamaz oldukları için talebe bağlı olarak verilirler. Bu nedenle bir hizmet sunmak müşteriyle oldukça hassas bir zaman kavramı içinde gerçekleştirilir. Somut mallarda da zaman önemli bir kavram olsa da, nadiren kaliteyi etkileyen bir kavramdır. Hizmetlerde ise zaman unsuru ürünün kalitesinin ve özelliğinin en önemli parçasıdır. Bir kişinin uçağı kendisine söz verilen saatten iki saat sonra kalkıyorsa, uçuş ne kadar rahat ve güvenli, uçaktaki servis ne kadar iyi olursa olsun, bu hizmet müşteriyi tatmin etmekte başarısız olmuş demektir. Hizmet sektöründe müşterinin algıladığı standartlar teknik olarak ölçülemediği için genelde kişisel yargılara ya da kişilerin o hizmeti alırken içinde bulundukları ruh hallerine oldukça bağlıdır. Bir hizmet bir gün müşteriyi memnun ederken, bir ertesi gün aynı hizmet müşterinin ruh hali nedeniyle müşteriyi aynı ölçüde memnun edemeyebilir. Ayrıca, somut mal üreten işletmelerde çalışanlar başkasının görebileceği hissedebileceği ve bir şekilde kullanabileceği ürünleri ürettiklerinin farkındadırlar, oysa ki hizmet sektöründe çalışanlar kendilerinin de bir ürün ürettiklerini ve bunun da hizmet olduğunun farkında değildirler. Hizmet sektöründe ürünün yapısı çalışanların ortak bir amaca hizmet ettiklerini anlamalarını zorlaştırır. Bunlara ek olarak teknik yöntemler, hizmet sektöründe somut mal üreten işletmelerdeki gibi kullanılamaz. (Saunders, 1992)

3.LÜKS OTELLERDE HİZMET KALİTESİ YÖNETİMİ

Son yıllarda beş yıldızlı otellerde hizmet kalitesinin önemi giderek artmış ve birçok otel hizmet kalitesini geliştirmek adına çeşitli programlar uygulamaya başlamıştır.

Bu programlardan bazıları, üst yönetimin destek vermemesi, yeterli ölçüm yapılmaması ve kalite geliştirme sürecinin yeterince anlaşılmaması gibi sebeplerden dolayı başarılı olamamıştır. Hizmet kalitesini iyileştirmek geçici bir yönetim hevesi ya da modası olarak algılanmamalıdır. 5 yıldızlı otellerde kalite yönetimi tekniklerinin gelişiminin oldukça yavaş olmasının sebebi, yöneticilerin hizmet kalitesinin soyut ve ölçülmesi zor olduğunu bilmeleridir. Oysa ki hizmet kalitesinin önemi hiçbir zaman göz ardı edilmemelidir. Hizmet, müşteri ve hizmet üreticisinin temsilcileri arasında geçen sosyal bir iletişimdir. Algıladığı hizmette problem yaşayan ortalama bir müşteri bundan 9-10 kişiye bahsederken, problemleri çözülen müşteri bunu sadece 5 kişiye anlatır. Burada da görüldüğü gibi 5 yıldızlı otellerde müşteri memnuniyetini sağlamak ve buna bağlı olarak müşteri sadakatini arttırmak için hizmet kalitesinin çok iyi yönetilmesi gerekmektedir. En ufak bir memnuniyetsizlikte müşteri bir dahaki konaklamasında başka bir oteli tercih edebilir. Beş yıldızlı otellerde hizmet kalitesi, her zaman bir müşteri ilişkisini içerdiği için müşterinin beklentileri ve aldığı servisle ilgili algılamaları arasında her zaman bir denge vazifesi görecektir. Yüksek kaliteli hizmet, müşterinin algılamalarının beklentilerini karşıladığı ya da geçtiği noktadaki hizmettir (Enrick, 1998).

Daha önce belirtilen algılanan hizmet kalitesinin bileşenleri (güvenilirlik, garanti, elle tutulur nesneler, cevap verebilme, empati) dış hizmet kalitesi ölçüleridir. Yani hizmet sunulduktan sonra anlaşılırlar. Bu faktörlerde bir hata ancak çok geç kalındığı zaman fark edilebilir çünkü zaten hizmet çoktan verilmiştir. Önemli olan müşterinin ne beklediğini tahmin edip buna göre hizmet sunmaktır. Bu beklentileri karşılayacak hizmeti sunmak için iç ölçütler yani müşterinin beklentileri doğrultusunda hangi servislerin sunulması gerektiğini bildiren ölçütlerdir. Bu iç kalite ölçütlerini yaratmak ancak müşterilere danışarak ya da rakip otellerin performansını değerlendirerek yapılabilir. Bu ölçütler 4 hizmet kalitesi kategorisidir; *dakiklik, hizmet bütünlüğü, ihtiyaçları tahmin edebilme* ve *müşteri memnuniyeti*'dir.

4. LÜKS OTELLERDE HİZMET KALİTESİ YÖNETİMİNE İKİ ÖRNEK OTEL

4.1. Ritz Carlton- İstanbul

a) Otel Hakkında Genel Bilgi:

Atlanta, Georgia'da bulunan William B. Johnson Properties firması The Ritz Carlton Otel Şirketi'ni, The Ritz-Carlton, Boston otelini ve Amerika Birleşik Devletleri çapında Ritz-Carlton'a ait bütün isim haklarını satın aldıktan sonra 1983 yılının Ağustos ayında kurmuştur. The Ritz-Carlton Otel Şirketi'nin kurumsal merkezi Amerika Birleşik Devletleri'nin Georgia Eyaleti'nin Atlanta şehrinde bulunmaktadır. Her ne kadar The Ritz-Carlton Otel resmen 1983 yılında kurulmuş olsa da, tarihçesi ve gelenekleri 1800'lü yıllara dayanmaktadır.

Tüm dünyada 68 oteli bulunan şirket, Ritz-Carlton İstanbul Ekim 2001'de Dolmabahçe'de faaliyete geçirmiştir. Otelin Türkiye ortakları Süzer Holding'tir. Otelin bulunduğu bina kuruluş aşamasında problem yaratmış ve devletle otel arasında polemiklere sebep olmuştur. Ritz-Carlton İstanbul'da toplam 244 misafir odası, 21 Executive Suit, 1 Ritz-Carlton Suit ve 3 Ritz-Carlton Club Suit bulunmaktadır. Ayrıca otel üç bölüme ayrılabilen 695 metrekarelik büyük balo salonu, beş ayrı toplantı odası ve daimi bir yönetim kurulu salonunun dahil olduğu 1.763 metrekarelik toplantı ve konferans alanı sunmaktadır. (Ritz Carlton, İstanbul Sales Kit)

Ritz-Carlton Otel'lerinin misyonu aşağıdaki belirtilmiştir:

" Ritz-Carlton Oteli, konuklara içten özen ve konfor sağlanması anlayışının önemli ve öncelikli görev olarak kabul edildiği bir mekandır. Her zaman sıcak, rahat ve aynı derecede zarif bir ortamı yaşayacak olan konuklarımıza, en kaliteli kişisel hizmeti ve olanakları sunmayı taahhüt etmekteyiz. Ritz-Carlton deneyimi, konuklarımızın memnuniyetini arttıracak, kendilerini iyi hissetmelerini sağlayacak, hatta akıllarına bile gelmeyen istek ve ihtiyaçlarını dahi karşılayacaktır.

Otelin bu misyonu yanında bir de sloganı bulunmaktadır;

" Bizler hanımefendi ve beyefendilere hizmet sunan hanımefendi ve beyefendileriz."

Otel misyonunun yanı sıra bir de tüm personelin benimsediği bir personel andı vardır, bu personel andı personelin ağzından aşağıda belirtilmiştir;

" Ritz-Carlton Oteli'nde çalışan hanımefendilerimiz ve beyefendilerimiz, konuklarımıza sözünü verdiğimiz üstün hizmetin en önemli kaynağıdır. Güven, dürüstlük ve sorumluluk prensiplerini esas alarak, her bir bireyin yeteneklerini hem kendi yararına hem de şirketin yararına geliştirmek ve maksimum fayda sağlamak amacındayız. Ritz-Carlton, farklılığa değer verilen, yaşam kalitesinin zenginleştirildiği, bireysel tutkuların dikkate alındığı ve Ritz-Carlton gizeminin güçlendirildiği bir çalışma ortamı sunmaktadır." (Ritz Carlton, İstanbul İK Departmanı eğitim notları, 2017)

4.2. Swissotel the Bosphorus- İstanbul

a) Otel Hakkında Genel Bilgi:

Swissotel'ler zinciri, İşviçre kökenli uluslararası bir şirket olan ve Swissair başta olmak üzere birçok şirketin oluşturduğu SAair Group'a bağlı iken, 23 Nisan 2001 tarihinde otel işletmesi konusunda uzmanlaşmış Singapur kökenli uluslararası bir şirket olan Raffles Holdings Limited tarafından satın alınmıştır. Raffles Holding Limited bünyesinde Raffles International Limited, Raffles ve Swissotel adıyla ve her biri bir İdari Direktör tarafından yönetilen iki farklı markayla Asya, Avustralya, Avrupa, Kuzey ve Güney Amerika kıtalarında birinci sınıf otelleri işleten kuruluştur.15 yılı aşkın bir süredir küresel hizmet sektöründe yatırım tecrübesiyle, önde gelen uluslararası bir yatırım fonu olan Colony Capital, LLC Temmuz 2005'te 35 merkezde 14 Raffles Hotel & Resort ve 26 Swissotel Hotel & Resort'dan oluşan Raffles Holdings Limited'e ait tüm otel işletmelerini satın almıştır. Swissotel the Bosphorus, Swissotel zincirinin Türkiye'deki ilk otelidir ve 1991 yılında hizmete girmiştir. Swissotel the Bosphorus, Doğu ve Batı olmak üzere iki kanat ve apart otelden (Swissotel Residence) oluşmaktadır. Otelde toplam 579 konuk odası ve suit bulunmaktadır. Ayrıca 21 toplantı ve konferans salonu bulunmaktadır. (Swissotel The Bosphorus, İstanbul Sales Kit 2017)

Swissotel misyonu aşağıdaki şekilde belirtilmiştir:

" Amacımız, konuklarımızın bireysel ihtiyaçlarını önceden belirleyerek onlara emniyetli ve güvenilir bir ortamda kişiye özel bir hizmet sunmaktır. Konuklarımızın otelimize yeniden gelmeyi arzu etmelerini sağlamak için

onların yorumlarını değerlendirerek her türlü düzeltici, önleyici ve iyileştirici faaliyetleri yapmaya hazırız. Amacımız, personeline sağlıklı ve güvenli bir çalışma ortamı sunan, öğrenme ve gelişme olanağı sağlayan, ilerlemenin takdir edildiği, şirket ve konuk beklentilerinin herkes tarafından bilindiği, tercih edilen bir işveren olmaktır. Amacımız, otelimizin sürekli rekabet edebilmesi ve en iyi koşullarda korunabilmesi için gerekli olanakları sağlayacak olan yatırımcımıza azami karı getirmektedir." (Swissotel The Bosphorus, İstanbul İK Departmanı Eğitim notları, 2017)

5. RITZ CARLTON İSTANBUL - SWISSOTEL İSTANBUL KARŞILAŞTIRMA

Her iki beş yıldızlı otelin hizmet kalitesi yönetimi uygulamaları incelenmiş olup, kalitenin göstergesi olan unsurlar aşağıda karşılaştırmalı olarak belirtilmiştir.

Otel Sloganı: Ritz-Carlton İstabul'da personeli motive edici ve onore edici bir slogan olan "bizler hanımefendi ve beyefendilere hizmet sunan hanımefendi ve beyefendileriz" sözü otelin her yanında hem müşteriye hem de personele devamlı hatırlatılmaktadır. Swissotel İstanbul'da böyle ya da benzeri bir slogan bulunmamaktadır. Ayrıca Ritz-Carlton İstanbul'da her personelin işe girerken benimsediği ve uyacağına söz verdiği bir personel andı vardır. Bu slogan ve ant aslında personeli motive etmek ve değerli hissettirmek adına yaratılmış hoş ayrıntılardır. Swissotel İstanbul'da böyle bir slogan ya da ant yoktur.

Hizmet kalitesini sağlamak için uygulanan temel kurallar: Her iki otelde de belli bir hizmet kalitesini yakalamak ve daha da geliştirmek adına belirlenmiş temel kurallar vardır. Bu kurallara herkesin uyması zorunludur. Bu kurallar Ritz-Carlton İstanbul'da 20 temel kural olarak belirlenirken, Swissotel İstanbul'da ise benzeri kurallar sıfır tolerans standartları olarak belirlenmiştir. Bu kurallar büyük ölçüde birbirine benzemekle beraber, amaçları personellerine kaliteyi sağlamada yol göstermektir.

Detay odaklılık: Her iki otelde de müşterilerle ilgili detaylara büyük özen gösterilmektedir. Kalan müşterilerle yaşanabilecek olası problemleri iki otelde de belirlenmiştir. Böylece personelin hangi problemlerle karşılaşabileceği bellidir, buna göre daha rahat karar alınabilir ve değişik çözüm yolları bulunabilir.

Müşteriler hakkında bilgi toplama: Her iki otelde de müşterilerin istek ve taleplerinin kaydolduğu ve müşterinin bir sonraki ziyaretinde onu memnun edecek detayların belirlendiği bir bilgi bankası sistemi vardır. Bunun Ritz-Carlton İstanbul'daki ismi "müşteri geleneği" iken Swissotel İstanbul'da "senfoni projesi" dir. Ritz Carlton'daki sistemin tek farkı müşterilerle ilgili bu bilgilerin dünyanın herhangi bir yerindeki Ritz Carlton otelinde de görülebilmesidir. Swissotel İstanbul'da ise sadece aynı otelde müşterinin tercihleri sistemde görülebilir. Yani Ritz Carlton'daki bilgi ağı uluslar arası boyutta iken Swissotel İstanbul'daki müşteri bilgi sistemi yerel kullanıma yöneliktir.

Somut hizmet kalitesi göstergeleri: Ritz-Carlton İstanbul'da yüksek hizmet kalitesinin somut göstergesi " Malcolm Baldrige Ulusal Kalite Ödülü"dür. Bu ödül tüm Ritz Carlton'lar için büyük bir prestij ve onur kaynağıdır. Swissotel İstanbul da bu konuda çok önemli bir belge olan ISO 9001:2000 kalite belgesine sahiptir. Ritz-Carlton yöneticileri Toplam Kalite Yönetiminin sürekli devam eden bir süreç olduğunun bilincindeler. Ritz-Carlton oteller zinciri müşterilerinin sadece %97'lik bir kısmını tatmin edebilmektedir.Bu durum hala %3 lük bir kesime otel hizmetinden yeteri kadar tatmin olmadığını göstermektedir. Aslında %3'lük bir iyileştirme çok zor olarak gözükmemekle beraber, Toplam Kalite Yönetimi konusunda eleman alımından eğitime ve yetkilendirmeye kadar birçok konuda değişimi gerçekleştirebilmiş bir kurum için iyileştirmeye açık alanların ne olduğunun belirlenmesi önem taşımaktadır.Swissotel İstanbul'da bu belgeden dolayı tüm prosesler ve iş akışları yazılı yönetmelikler ve süreçler ile belirtilmiştir. Bu durumda bunlara uyulması zorunludur ve her sene yapılan iç ve dış tetkiklerle, kalite standartlarına uyum kontrol edilmekte ve düzeltici önlemler alınmaktadır. Ritz-Carlton İstanbul ise yazılı kalite yönetimi yönetmelikleri yerine yüksek hizmet kalitesini daha çok Malcolm Baldrige Ulusal Kalite Ödülü'ne dayandırmaktadır.

Personel seçimi: Her iki otelde de personel seçiminde uygulanan süreçler aynıdır. Her ikisinde de otel çalışanlarının pozisyon açığı olduğunda önceliği vardır. Her iki otelde de pozisyonların gerektirdiği özellikler ve yetkinlikler önceden belirlenmiş olup ve alımlar buna göre gerçekleştirilmektedir. Ritz-Carlton İstanbul'da seçilecek kişi de tüm dünyadaki o pozisyonda çalışanların en başarılılarının profillerine benzer olmalarına dikkate edilmektedir. Ritz-Carlton çalışanları son derece titiz bir şekilde seçilmiştir. Bu sektörde genel olarak düşük bir ücret politikası uygulanmakta ve yüksek bir işçi devir hızı bulunmaktadır. Birçok rakip kuruluş minimum yeterliliğe sahip elemanlar istihdam etmekte ve çalışanlarına gene asgari düzeyde eğitim vermektedir. Bunun sonucunda düşük kalite, yetersiz hizmet, çalışanları tatminsizliği ve moralsizliği ve yüksek

işçi devir hızı kaçınılmaz olmaktadır. Ritz-Carlton Oteller Zincirinde ise eleman seçimi son derece büyük bir itina ile gerçekleştirilmekte ve alınan her yeni eleman bir başlangıç uyum aşamasından geçmektedir. Bu uyum programı iki gün sürmekte olup burada firma kültürü öğretilmeye başlanmaktadır. Bu iki günlük uyum programında sonra yoğun bir iş eğitimi programı verilmektedir. Swissotel İstanbul'da personel profil analizi testi uygulanmakta ve bu test sonuçları personelin seçiminde büyük ölçüde etkili olmaktadır.

Personelin eğitimi: Her iki otelde de hemen hemen benzer eğitimler verilmektedir. Ritz-Carlton yönetimi, çalışanlarının yeterli bir eğitim aldığından emin olmak için çalışanları %75'inden daha fazlasına rutin olarak bazı testler uygulamaktadır. Bu testler iki aşamalı olmaktadır.

1) Belirli bir iş ile ilgili olarak ustalıkların ölçülmesi.
2) Gerekli düzeyde kalite bilgisine sahip olup olmadıklarının ölçülmesi

Ustalıklar ile ilgili olarak yapılan testler işe göre değişmektedir. Bir telefon santralinde çalışan bir görevlinin dışarıdan telefon eden bir müşteriyi maksimum üç kere telefonun çalmasından önce aranılan numaraya bağlaması gerekmektedir. Bir temizlik işiyle görevli çalışana ise döşemede bir leke gördüğü zaman ne yapması gerektiği sorulabilir. Bu şekilde her bir iş ile ilgili olarak farklı testler hazırlanmaktadır. Her hangi bir çalışan bu testlerde başarılı olmadığı zaman eğitim sorumlusu problemin nedenlerini saptamaya çalışır. Problemin kaynağı eğitim yöntemlerinden, çalışanın kişisel problemlerinden veya herhangi bir nedenden olabilir. Ritz-Carlton Oteller Zinciri, çalışanların ustalıkları ile işin gerektirdiği ustalık seviyesinin %100 olarak örtüşmesini beklemektedir. Eğer bir çalışan bu testte başarılı olamadığı zaman bu kişiye firma ile ilişkisi kesilmeden önce başka bir sahada çalışma fırsatı verilmektedir. Bu verilere göre Swissotel İstanbul'un eğitim açısından iddialı olduğu söylenebilir.

Personelin motivasyonu: Her iki otelde de personeli tatmin edecek ölçüde maaş ve yan ödemeler sunulmaktadır. Swissotel İstanbul'da maaşların biraz daha yüksek olduğu söylenebilir. Bunun dışında her iki otelde de yönetim şeffaf bir politika izlemekte ve finansal tablolarını çalışanlarla paylaşmaktadırlar. Motivasyon unsuru söz konusu olduğunda Ritz-Carlton İstanbul'un en büyük artısı, personelin insiyatif derecesinin çok yüksek olmasıdır ki bu da çalışanları memnun eden en büyük unsurlardan biridir. Ritz-Carlton İstanbul'da her çalışan bir müşteriyi memnun etmek ve onun isteğini yerine getirmek adına tamamen kendi insiyatifiyle belirli miktarda harcama hakkına sahiptir. Ritz-Carlton Oteller zincirinde çalışanlar, otele gelen müşterilere hizmet vermek için kiralanan ücretliden ziyade evine gelen konukları ağırlamaya çalışan bir ev sahibi durumundadır. Hizmetlilerin gerek müşteriye karşı davranışları gerekse gelen müşteriyle diyalogları esnasındaki konuşmalarında son derece kibar ve nazik bir üslup kullandıkları görülmektedir. Eğitimden sorumlu Mary Anne Ollman Brides'e göre bütün bu eğitimlerin amacı çalışanların işlerini yaparken daha rahat olmalarını sağlamaktır. Böylece çok daha başarılı olacakları görülecektir. Çalışanlar bu verilen eğitimler sonucunda hem kendi kendilerine yetki kullanmakta ve bazı durumlarda kendi kendilerine karar verebilmektedirler. Aniden oluşan müşteri şikâyetlerinde 2000 dolara kadar bir harcama yetkisi kullanarak oluşan problemi çözebilmektedirler. Bazı durumlarda diğer çalışanlardan yardım talep edebilirler. Problemin çözümünden yirmi dakika sonra misafire telefon ederek müşteri şikâyetinin tamamen ortadan kalktığından emin olmalıdırlar. Ayrıca, her hangi bir müşterinin kuş tüğü yastık veya belirli bir gazete isteği gibi bir ihtiyacı tespit edildikten sonra, bu bilgi hemen 240.000 kişilik bir veri tabanına ilave edilmektedir.Ritz-Carlton çalışanları sadece müşteri problemlerini çözmek için çalışmayıp aynı zamanda bu problemleri meydana gelmeden önce saptamaya ve gerekli önlemleri almaya çalışmaktadır. Her hangi bir görevli hizmet esnasında olası bir problemi tespit ettiği zaman bu potansiyel problemi yönetimin dikkatine sunmaktadır. Böylece olası bir problem aktif hale gelmeden önce ortadan kaldırılmış olmaktadır. Bu şekilde iç müşteri şikâyetlerinin saptanıp ortadan kaldırılmasıyla dış müşterilerden gelebilecek olan şikâyetlerden sakınılmış olmaktadır. Swissotel İstanbul'da personelin bu şekilde bir insiyatif kullanma hakkı belirtilmemiştir. Bunların dışında her iki otelde de çalışanların kariyer planlamasına hem otel içinde hem de dışında önem verilmekte, çalışanlara yurtdışında aynı zincirdeki bir otelde kariyer fırsatı yapma hakkı sağlanmaktadır. Ritz Carlton İstanbul'un bu konuda bir üstünlüğü de yenilikçi fikirleri ortaya çıkarmak üzere bir komite kurulmuş olmasıdır. Böylelikle çalışanlar fikirlerine değer verildiğine inanır ve büyük ölçüde motive olurlar.

Ekip çalışması: Ritz-Carlton İstanbul'da kalite ile ilgili sorunları çözmede kalite çemberinden yararlanılırken, Swissotel İstanbul'da kalite çemberi değil de kalite yönetimi gözden geçirme ekibi vardır. Ritz-Carlton İstanbul'da kurulan kalite çemberi devamlı sorular sorma tekniğiyle sorunun temeline inebilmekte ve daha etkin çözümler sunabilmektedir. Swissotel İstanbul'da belirli bir kalite çemberi bulunmasa da problemler departman toplantılarında ya da her gün yapılan müdürler toplantısında ortaya atılarak 24 saat içine

çözülmektedir. Ritz-Carlton İstanbul'da mevcut olan kalite çemberinin bir avantajı her departmandan her türlü çalışandan oluştuğu için farklı bakış açılarına sahip olmasıdır.

Personel memnuniyeti ölçümü: Ritz-Carlton İstanbul'un açılışından bu yana her sene personel memnuniyeti anketleri yapılmış ve bu sayede personel memnuniyeti düzenli olarak ölçülmüştür. Swissotel İstanbul'da ise hiç personel memnuniyeti anketi yapılmadığı için, personel memnuniyetinin ne seviyede olduğu bilinmemektedir ki bu hizmet kalitesi hususunda önemli bir eksikliktir.

Müşteri memnuniyeti ölçümü: Bu konuda da Ritz-Carlton İstanbul'un eksik olduğu görülmektdir, çünkü sadece bazı yıllarda müşteri memnuniyeti ölçülmüştür. Bu oran %90 üzerindedir. Swissotel İstanbul'da ise her sene düzenli olarak müşteri memnuniyeti ölçülmektedir. Swissotel İstanbul'da müşteri memnuniyeti 10 puanlık CSM sisteminde 8.6 olarak ölçülmüştür. Bu oranlara bakılacak olunursa misafirlerin daha büyük çoğunluğu hizmet kalitesinden memnun kalmıştır.

6. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

6.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

İstanbul'da yer alan iki ünlü zincir otelin hizmet kalitesini arttırmak amacıyla yaptıkları çalışmalardan yola çıkarak eksikleri tespit edilmesi amaçlanmıştır.Günümüzde tüm beş yıldızlı işletmeler hizmet kalitesini arttırmak için kendi imkanlarıyla pek çok değişik CRM uygulamaları yapmaktadır. Bu araştırmada elde edilen bulgular Türkiye'nin ve dünyanın önde gelen iki hizmet markasına ait verilerden geldiği için önem arzetmektedir.

6.3. Araştırmanın Tekniği

Uygulama bölümünde niteliksel araştırma yöntemlerinde kullanılan derinlemesine mülakat tekniği uygulanarak direkt uzmanlara sorular yöneltilmiştir. Uzmanlar bazı soruları direkt yanıtlarken, bazı sorularla ilgili yazılı kaynaklar vermişlerdir.

6.4. Araştırmanın Kısıtları

Bu araştırma konu itibariyle göreceli olarak global ele alındığında çok daha geniş bir platformda ele alınabilmesi mümkün olmakla birlikte, zaman unsuru nedeniyle konuya hakim özel seçlmiş 2 kişi ve 2 kuruluşun normalde dış bilgi olarak vermediği yazılı dökümanlar alınarak yapılmıştır.

6.5. Araştırma Sonuçları

Öncelikle her iki otel de, verdikleri hizmet ve aldıkları uluslararası kalite ödülleriyle kendilerini yüksek hizmet kalitesi konusunda ispatlamış otellerdir. Bu karşılaştırmalar sonucu görülüyor ki her iki otelde de hizmet kalitesini daha da arttırmak adına geliştirilmesi gereken hususlar bulunmaktadır. Bu hususlar aşağıda her iki otel için de ayrı olarak belirtilmiştir.

Ritz-Carlton İstanbul:

- Hizmet kalitesini daha da arttırmak adına yazılı yönetmelikler ve iş akışı prosesleri ve şemaları belirlenmelidir. Böylelikle kaliteli hizmet biraz daha standartlaşmış olur.
- Yıl bazında verilen eğitimlerin sayısı kaliteyi arttırmak ve personeli bu yolda eğitmek adına biraz daha arttırılabilir. Bu da ancak personelin yeni eğitim ihtiyaçlarının saptanıp buna göre yeni eğitim programlarının hazırlanmasıyla mümkün olabilir.
- Ritz-Carlton İstanbul'un en önemli eksikliği müşteri memnuniyetinin devamlı olarak ölçülmemesidir. Bu uygulamaya 2005'te başlanmış olup önümüzdeki yıllarda belirli aralıklarda devam edilmiştir. Ancak müşteri memnuniyeti ölçülerek hizmet kalitesini ne yöne doğru gitmekte olduğu anlaşılabilir.

Swissotel İstanbul:

- Swissotel İstanbul'da hizmet kalitesi adına en büyük eksiklik çalışan memnuniyetinin ölçülmüyor olmasıdır. Çalışan memnuniyeti sağlanmadan müşteri memnuniyeti sağlanmayacağı için personelin memnun olup olmadığının bilinmemesi yönetim için büyük bir risktir. Yakın bir zamanda personel memnuniyeti anketi

yapılmalı ve çıkan sonuçlar doğrultusunda çalışan memnuniyetini arttırmak için azami özen gösterilmelidir. Bu ölçümler belli aralıklarla tekrarlanmalıdır.

- Geliştirilmesi gereken bir diğer husus da personele insiyatif kullandırmaktır. Personel müşteriyi memnun edebilmek adına kendi insiyatifini kullanabilmelidir. Böylelikle hem müşteri memnun olacaktır hem de çalışanlar kendilerini yetki alarak daha da değerli hissedeceklerdir. Örneğin; Ritz Carlton'da uygulandığı gibi personele müşteri memnuniyetini sağlamak adına belli bir miktar parayı insiyatif kullanarak harcama yetkisi verilebilir. Böylece müşteri memnuniyetini arttırmak için önemli bir adım atılmış olur.
- Kalite çemberleri oluşturulmalıdır. Böylelikle sorunların, beyin fırtınası yapılarak temeline inilir ve daha kısa zamanda daha kalıcı çözümler üretilebilir.
- Ritz-Carlton'da olduğu gibi otel içerisinde karşılaşılabilecek olası problemler belirlenmeli ve her biri için bir çözüm reçetesi hazırlanmalıdır. Böylece bir sorunla karşılaşıldığı vakit çözüm daha kısa zamanda ve daha etkin bir biçimde yerine getirilebilir.
- Ritz-Carlton'da olduğu gibi, yönetim personeli, müşteriden önce birinci sıraya koymalı, önce onu memnun etmelidir. Bunun sonucunda müşteri memnuniyeti, artan hizmet kalitesi ve kar, zaten beraberinde gelecektir.

7.SONUÇ

Tüm dünya da pazarlanmasının tek yolu tecrübe edilmesinden geçen bir ürün varsa , o da hizmettir. Hizmetten beklenen topluma, kişiye, kültüre göre değişkenlik gösterse de , ana kalite kriterleri her zaman aynıdır.

İnsan kaynağı olmadan bir hizmet alınması söz konusu olamayacağından, tüm hizmet şirketlerinin de kaliteyi arttırmak için zaten hali hazırda maaşını ödediği insan kaynağını nasıl daha verimli kullanabilecleri yönünde araştırmalarını genişletmeleri gerekiyor. Çünkü hepimizin bildiği gibi, mutlu personel eşittir mutlu müşteri ve mutlu müşteri eşittir mutlu şirket her zaman işleyecek bir olgu olmaya devam edecektir.

KAYNAKÇA

Berry, L. (1984). Services Marketing is Different" in Service Marketing: Text, Cases, and Readings, C.H. New Jersey: Prentice-Hall.

Bhatia, A.K. (1986).Tourism Development, Principal and Practices, New Delhi, Sterling Publishers Private Limited.

Bielski, L.. (1992). Behavior Driven CRM, ABA Banking Journal, 92(10).

Bitner, MJ., Booms, B. & Tetreault MS.(1990).The Service Encounter:Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents, Journal of Marketing, Sayı, 54.

Crosby, LA., Evans, KR. & Cowles, D.(1990) Relationship Quality in Services Selling:An Interpersonal Influence perspective, Journal ofMarketing, Sayı, 54.

Enrick, N.L. (1998).Quality in The Service Industries, in: L. Walsh, R. Wurster &R. Kimber (Eds) Quality Management Handbook (Illinois, Hitchcock).

Heskett, J.L., Jones T.O., Loveman G.W., Sasser Jr. W.E., Schlesinger L.A., Harvard Business Review, Mar-April 1994.

Hui, MK.,Tse, DK. (1996).What To Tell Consumers in Wait of Different Lenghts:An Integrative Model of Service Evaluation,Journal of Marketing, Sayı 60.

Kotler, P. (2003).Marketing Management, Upper Saddle River, New Jersey, Pearson Education.

Nursoy, Ş. (2002).Toplam Kalite Yönetiminde Performans Ölçümü, İstanbul, Hayat Yayınları.

Odabaşı, Y.(2000). Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi, İstanbul, Sistem Yayıncılık.

Özbaşar, Ş. (2005).Hizmet Pazarlaması Ders Notları.

Paksoy, M.(2002).Çalışma Ortamında İnsan ve Toplam Kalite Yönetimi, İstanbul, Çantay Yayımevi.

Saunders, I. (1992).Total Quality Management in the Hospitality Industry, 3(3).

Üner, M.(1994). Hizmet Pazarlamasında Pazarlama Karması Elemanları Değişiklik Gösterir mi?, Pazarlama Dünyası.

Ritz Carlton İstanbul Sales Kit ,2017.

Ritz Carlton İstanbul, İK Departmanı eğitim notları.

Ritz Carlton İstanbul , İK Direktörü yapılmış Indept Interview 2017.

RWTÜV Toplantı notları 2017.

Swissotel The Bosphorus, İstanbul Sales Kit 2017.

Kentsel İnovasyon ve Yönetişim

Dr. Öğr. Üyesi H. Burçin Henden Şolt [1]

[1] Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Alaplı Meslek Yüksekokulu Mimarlık ve Şehir Planlama Bölümü, burcinhenden@hotmail.com

Özet: Çağımızın yaşam biçimi bireyleri kentlere doğru itmektedir. Kentsel yaşam oranı arttıkça kent hizmetlerinin paylaşımından ötürü toplumsal farklılaşmalar ve sorunlar doğmaktadır. Kentlerdeki sorunların çözümünün ilk sorumlusu yerel yönetimler ve dolayısıyla kent planlamadır. Öte yandan kentin kullanıcısı niteliğindeki halk; yerel yönetim ve sivil toplum örgütleri ile ortaklaşa üretebileceği çözümlerle önemli bir paydaş niteliğindedir. İnovasyon en basit tanımı ile katma değerli yeniliktir. Katılımcı bir yaklaşım ile kentsel sorunlara getirilebilecek yenilikler şehir hayatını kolaylaştırmanın ötesinde, kente olan bağı da güçlendirebilecektir. Kent yönetimleri, inovasyon hareketini bir kent hizmeti olarak organize edebilmelidir. Kentsel inovasyon her birey, kurum ve kuruluşlun sorumluluk hissetmesi gereken bir konudur. Kente yeni bir bakış açısı ile getirilecek çözüm önerileri kentsel rekabet açısından da önemlidir.

Bu çalışmada; kentsel alanlarda yapılabilecek inovasyon hareketleri ile yönetişim yaklaşımının ilişkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Kavramların tanımlanması sonrasında; kent toplumunda inovasyon yöneliminin özendirilmesi ve güçlendirilmesi için yapılan bazı girişimler irdelenmektedir. Kent inovasyonu toplumsal dönüşümü sağlayacak ivmelerden biri olarak ele alınabilir. Yenilikçi, insan odaklı, katılımcı kent yönetimlerinin çağa uygun hamleler yapması kalkınmanın bütünselliği açısından son derece önemlidir. Bunun yaygınlaşması hem kentsel yaşamın rahatlaması hem de ülkesel gelişim açısından desteklenmelidir.

Anahtar Kelimeler: Kent, Yerel Yönetim, Kent Planlama, Yönetişim, Kentsel İnovasyon

Urban Innovation and Governance

Abstract: The way of life of our age pushes individuals towards cities. As the urban life rate increases, social differences and problems arise due to the sharing of urban services. The first responsibility for solving problems in cities is local governments and therefore urban planning. On the other hand, the public, who is the user of the city, is an important partner with the solutions it can produce jointly with local government and non-governmental organizations. Innovation is the simplest definition of value added innovation. With a participatory approach, innovations that can be brought to urban problems will not only facilitate city life but also strengthen the link to the city. Urban administrations should be able to organize the innovation movement as a city service. Urban innovation is a matter of responsibility for every individual, institution and organization. Proposals for solutions to the city from a new perspective are also important in terms of urban competition.

In this study, the relationship between innovation movements in urban areas and the governance approach was determined. After defining the concepts, some attempts are being made to encourage and strengthen the innovation orientation in urban society. Urban innovation can be considered as one of the challenges to social transformation. Innovative, human-focused, participatory urban administrations make the necessary moves for the age is very important in terms of the integrity of development. The spread of this should be supported both in terms of the relaxation of urban life and national development.

Key Words: City, Local Government, Urban Planning, Govarnance, Urban Innovation

1. GİRİŞ

Bilgi çağı insanında olması gereken özelliklerden biri bulunduğu yaşam ortamını olduğu gibi kabul etmenin ötesinde; daha iyi hale getirme çabasıdır. Dünya ölçeğinde bireylerin büyük çoğunluğunun kentlerde yaşadığı bilinmektedir. Kentlerdeki yığılma fiziki, toplumsal, ekolojik ve ekonomik sorunlar doğurmaktadır. Kentlerde yaşayan halkın yaşamına dair istek ve ihtiyaçların karşılanması ile görevli olan kurum yerel yönetimlerdir. Bu görevler kentsel hizmetleri çağa uygun biçimde şekillendirerek yapılmalıdır. Hizmetin çağa ayak uydurması demek; daha iyi hale getirilmesine dair olumlu adımlar atılabilmesi anlamını taşır. Başka bir deyişle yenilik getirme çabası, iyileştirme, geliştirme veya değer katma olarak yorumlanabilir. İşletmelerin kendini yenileme çabaları ile ortaya atılan inovasyon tavrı, insan odaklı yerel yönetimlerinde literatürüne de girmektedir. İnovasyon, Latince bir sözcük olan 'innovatus'tan türemiş; "Toplumsal, kültürel ve idari ortamda yeni yöntemlerin kullanılmaya başlanması" anlamına gelmektedir. Türk Dil Kurumu sözlüğü inovasyonu "yenilik, yenileşim" olarak tanımlamaktadır (TDK, 2018). Her ortamda olduğu gibi şehir yerleşmelerinde yapılan hizmetlerin iyileştirilmesi çabaları da mevcuttur. Bu durum kentsel inovasyon olarak ele alınmaktadır. Bilim

insanları kentsel inovasyonu farklı açılardan ele almaktadır. Kara (2015) kentte sosyal inovasyon örneği olarak şeker hayat uygulamasını ele alırken; Şen (2012) inovasyonu kentlerin rekabeti üzerinden incelemiştir. Özışık, inovasyonu kalkınma ajansları yönüyle İzmir örneğinde incelemektedir. Bölgeler ve kentler arası farklılıkların birer üstünlüğe dönüştürülmesi, yerelliklerin hem ulusal sınırlar içinde birbirleriyle hem de küresel düzeyde diğer yerelliklerle rekabet ederek ulusal ve küresel ekonomide kendilerine üstünlük sağlamaları hedeflenmektedir. Eşitsizlik sorununa çözüm olarak rekabet kavramına vurgu yapılmaktadır. Rekabet edebilirliğin ise yereldeki sosyal ve maddi kaynakların harekete geçirilmesi ile mümkün olacağı iddia edilmektedir (2012). Demir kent ölçeğindeki inovasyonu kamu sektöründeki yenilikçi uygulama örnekleriyle irdelemektedir (2016). Kent Stratejileri Merkezi (2016) kentsel inovasyonu İzmir ulaşım ağına getirilen yenilikler üzerinden değerlendirmektedir. Kentsel inovasyon kurumsal anlamda yerel yönetimler tarafından geliştirilebileceği gibi; bireysel olarak da ortaya atılabilmektedir. Kişilerin kente karşı sorumluluğuna dikkat çeken bir durum olması yönünden son derece olumludur. Merkezi ve yerel yönetim dışında düşünülen kentsel inovasyon fikirlerinde şehirdeki paydaşların ortaklaşa hareketlerinin organizasyonu durumu ortaya çıkmaktadır. Bu durum yönetişim bakış açısı ile örtüşmektedir.

Bu çalışma kentsel inovasyonun önem ve gerekliliğini irdelemektedir. Ayrıca inovasyon başarısının artabilmesi için yönetişim ortamının varlığına dikkat çekmektedir. Başka bir deyişle kentsel inovasyon ile yönetişim arasındaki etkileşime dikkat çekmektedir. Çağa ayak uydurabilmek kentler için önemlidir. Çünkü artık kentler arası rekabet ortamında ön plana çıkabilmek kente katılan değer niteliği taşımaktadır. Bilgi iletişim olanaklarının bu denli arttığı bir dönemde dünya ölçeğinde yapılan girişimlerin, yerel değerler dikkate alınarak uygulamaya çevrilebilmesi kentsel gelişmeye pozitif etki yapabilecektir. Yerel kalkınma olanaklarından biri olarak algılanabilecek kentsel inovasyon hareketleri ülkesel kalkınmanın çekirdeği niteliğindedir.

2. KENTSEL İNOVASYON OLGUSU

Genel anlamda kentsel inovasyonu kentsel yerleşimlerde sunulan hizmetleri katılımcı bir yaklaşımla geliştirmek; yenilikçi ve özgün hale getirmek amacıyla yapılmaya çalışılan geliştirme, değer katma, iyileştirme hareketleri olarak tanımlayabiliriz. Drucker inovasyonu refah oluşturmak için yeni bir kapasite meydana getiren kaynakları sağlayan bir eylem olarak tanımlamaktadır (1985). İnovasyon (yenilikçilik-yenilik) kavram olarak, hem bir süreci (yenilemeyi / yenilenmeyi) hem de bir sonucu (yeniliği) ifade eder. İnovasyon daha çok sıkıntıları giderme konusundan odaklanarak var olan bizi rahatsız eden sorunlara çözüm bulmak olabilir. İnovasyon bir buluş değildir. Daha çok günümüzde var olan bir ürün, hizmeti ele alıp ürüne yeni etkin özellikler katıp yeniden insanlığın hizmetine sunmaktır. Bu aşamada önemli olan değişen yeni özelliğin etkin olmasıdır. Özgün bir özellik katmasıdır. Fikirler, daha önce çözülmemiş sorunları çözmek veya daha önce karşılanmayan ihtiyaçlara cevap vermek amacıyla geliştirilebilir. Öte yandan zaten var olan pek çok ürün ve hizmeti daha güzel, daha kullanışlı, daha çok insanın işine yarayacak hale getirmeyi amaçlayabilir. Bu fikirlerin hayata geçirilmesi ve ortaya ürün, hizmet veya iş yapış yöntemlerinin çıkarılmasıyla ve ardından bu ürün ve hizmetlerin satılmaya veya iş yapış yöntemlerinin uygulanmaya başlanmasıyla inovasyon yapılmış olur (Gelişenbeyin, 2018).

İnovasyon bilgi ve deneyim aktarımı açısından önemli ve değerlidir. Yenilikçilik, ancak iyi bir planlama ile yönetilebilir. Yenilik yönetimi, kentsel planlamanın bir parametresi olmak zorundadır. Sürdürülebilir değişim ve gelişim için; girişken, özendirici, hevesli ve donanımlı olmanın yanı sıra; sosyal rıza ve sosyal sorumluluk anlayışına uygun bir yönetim modeli benimsenebilir (Banger, 2018). Kentsel inovasyon teknik, ekonomik ve sosyal süreçlerin oluşturduğu bir bütündür. Bireylerde ve toplumda değişime olan istek, yeniliğe açıklık ve girişimcilik ruhuyla özdeşleşen bir kültür gerektirir. Kentsel inovasyon yönetimi kentin tüm aktörlerini ilgilendirir ve kapsamak zorundadır. Kentte inovasyon eğiliminin egemen olması için; bu açılımı sağlayabilecek mevzuatta ve iş yapma modellerinde yeniden düzenlemeye gidilebilir. Örgütsel yapının yenilemesinin de bu aşamada ele alınması uygun olur. Ama inovasyon konusunu mevzuata boğmadan kentin içsel dinamiklerinden birisi haline getirmek mümkündür (Banger, 2018).

Petkovsek ve Cankar inovasyon faaliyetlerini şu şekilde sınıflandırmışlardır (2013):

- Kurum içi araştırma ve geliştirme, planlama, tasarım, pazar araştırmaları, fizibilite çalışmaları, testler ve diğer inovasyon hazırlık çalışmaları,
- İnovasyon personelinin eğitimi,
- Dışarıdan teknik bilgi (knowhow), makine, ekipman ve yazılım alımı
- Danışmanlık ve kurum dışı Araştırma & Geliştirme hizmetlerinin kullanımı

Şekil 1: Örnek İnovasyon Süreci



Kaynak: http://gelisenbeyin.net/inovasyon.html, (31.07.2018).

Cunningham ve Karakasidou'ya göre kamu sektöründe inovasyon alanlarını altı gruba ayırmaktadır (2009):

1. E-devlet ile ilgili olanlar (idari yüklerin azaltılması, bilgi-iletişim teknolojilerinin tanıtılması, kalite ve sürati artırmak için kamu hizmetlerinin "elektronikleştirilmesi", kamu idaresinin modernizasyonu vs.),
2. İdarenin basitleştirilmesi (mevzuatın azaltılması, kamu sektörü programları ve süreçlerinin yeniden yapılandırılması),
3. Kamu ihaleleri (kamu ihale süreçlerinin modernizasyonu, "yeşil" kamu ihaleleri, e-ihale vs.),
4. Yenilikçi kültürün yaygınlaştırılması,
5. Kamu sektörü performansında iyileştirme,
6. Farklı aktörler arasında iş birliği ve kamu hizmeti süreçlerine katılımın artırılması

2.1. Kentsel İnovasyona Dair Yapılanlardan Bazıları

Yaşanan ortama, sunulan hizmete veya uygulama biçimlerine dair geliştirilebilecek iyileştirme hamleleri kent yönetimleri için oldukça önemlidir. Kamu yönetiminin bir parçası olmanın ötesinde seçimle göreve gelme özelliği taşıyan belediyeler için kentsel inovasyon bir anlamda varlığının devamına yapılacak yatırımlardan biridir. Bu nedenle dünyada ve Türkiye'deki belediyelerden bazıları kentsel hizmetlerine artı değer katma çabası göstermektedir.

Birleşmiş Kentler ve Yerel Yönetimler Birliği (United Cities and Local Governments–UCLG), Dünya Büyükşehirler Birliği (World Association of the Major Metropolises) Metropolis ve Çin'in Guangzhou kenti iş birliğiyle; Guangzhou Uluslararası Kentsel İnovasyon Ödülleri verilmektedir. Ödüllerin ilki, 15-17 Kasım 2012'de Guangzhou'da verilmiş olup; yaklaşık 150 kent, kentsel planlama ve yönetim, çevre, barınma, mobilite, sosyal hizmetler ve vatandaş katılımını kapsayan çok sayıdaki etkinliğe katılmıştır. Bu uluslararası etkinliğin amacı, vatandaşların yaşam kalitelerini artırmak için inovasyonu, kentsel sürdürülebilirliği ve direnci teşvik etmektir. Guangzhou Ödülleri'nin hedefi; altyapı ve kamu hizmetlerini geliştiren, katılımcı planlama ve iyi yönetişim, iş birliği, teknoloji, esneklik, sosyal içerme ve cinsiyet eşitliği uygulayan şehirleri teşvik etmek olarak belirlenmiştir. (WALD, 2014).

Lüleburgaz Belediyesi 2016 yılını Kadın Yılı ilan etmiştir. Yıl boyunca kentsel hizmetlerde toplumsal cinsiyet eşitsizliğini giderecek uygulamalar yapmıştır. Gerçekleştirmiş olduğu etkinliklerle Uluslararası Kentsel İnovasyon Ödüllerinde 301 proje arasında 171 kentle yarışarak ilk 15'e girmeyi başarmıştır. Aynı mantıkla 2017 yılı Bisiklet Yılı olarak düşünülmüş ve konuyla ilgili iyileştirmeler hayata geçirilmiştir. Kentin sosyo kültürel yapısı, ekonomik parametreleri, ayrıca insanların bilgi ve yetenekleri doğrultusunda kendi ufuklarını açabilecekleri bir ortamın varlığı, inovasyon ve tasarıma işaret etmektedir. Bu girişimcilik vizyonuyla, 'Her yerde Her şeyde Herkes İçin İnovasyon ve Tasarım' sloganıyla 2018'i İnovasyon ve Tasarım Yılı ilan etmişlerdir. Belediye, Trakya Kalkınma Ajansı ve Kırklareli Üniversitesi Lüleburgaz Meslek Yüksek Okulu ortaklığında çalıştay düzenleyerek konuya ilişkin fikir tartışmaları yapılmıştır (İVT, 2017).

Konya Büyükşehir Belediyesi, Birleşmiş Kentler ve Yerel Yönetimler Orta Doğu ve Batı Asya Bölge Teşkilatı-UCLG-MEWA, Dünya Yerel Yönetim ve Demokrasi Akademisi Vakfı-WALD iş birliğiyle Akıllı Şehirler Komitesi toplantıları organize etmiştir. Kentsel inovasyonun önemli göstergelerinden biri sayılan "Akıllı Şehir Uygulamaları" yapılanları birbirleriyle paylaşıp, tartışma imkânı bularak, kendilerini geliştirme şansı yakalamışlardır (UCLG-MEWA, 2015).

Avrupa İnovasyon Başkenti Ödülü (The European Capital of Innovation –iCapital Award), vatandaşlar, kamu sektörü, akademi ile iş dünyasını birbirine bağlayan ve çıktılarını başarılı bir şekilde vatandaşların refahına dönüştüren kentsel ekosistemleri tanımlamaktadır. Ödül, Avrupa Birliği'nin, kentsel inovasyonun vatandaşlar "ile" ve vatandaşlar "için" ilgili toplumsal sorunlara değinilmesi yönünde "şehirlerin desteklemesi" ve "kentsel dayanıklılıkları güçlendirmek" için sağladığı faydalar hakkında farkındalık yaratma çabalarının bir parçası olma niteliği taşımaktadır. Aynı zamanda Avrupa İnovasyon Başkenti Ödülü ile şehirlerde yurttaş odaklı ve belediye tarafından devreye sokulmuş ilham verici uygulamaların yaygınlaştırılması ve teşvik edilmesi amaçlanmaktadır (Marmara Belediyeler Birliği, 2018).

Beşiktaş Belediyesi; toplumsal, kültürel, ekonomik ve çevresel sorunlara yenilikçi çözümler üretmek ve bunları hayata geçirmek adına Beşiktaş İnovasyon Merkezi'ni hizmete sokmuştur. Vatandaşın sorunlarını daha kolay çözüme kavuşturmak ve toplum odaklı projeleri gerçekleştirmek adına açılan Beşiktaş İnovasyon Merkezi'nin amacı; var olan sorunlara yenilikçi çözümler üreterek toplumsal yenileşme odaklı projeler gerçekleştirmektir (Beşiktaş Belediyesi, 2018).

Nilüfer İnovasyon Merkezi, Bursa Nilüfer'e değer katan yaratıcı ve yenilikçi hizmetlerin inovatif projeler ile uygulanmasını gerçekleştirmek üzere Nilüfer Belediyesi tarafından kurulmuştur. Fikir atölyesi çalışmaları, ortak akıl toplantıları, seminerler, deneyim paylaşım toplantıları, paneller, eğitimler, yarışmalar ve proje pazarı etkinlikleri ile toplumda inovasyon, yaratıcılık ve girişimcilik algısının yükseltilmesine katkı sağlamaktadır (Nilüfer Belediyesi, 2018).

Başakşehir Living Lab, Avrupa Birliği ENoLL (European Network of Living Labs) organizasyonu tarafından onaylanmış 300'den fazla Living Lab arasında yer alan Türkiye'deki ilk Living Lab'dir. Bilişim teknolojileri ve tasarım tabanlı inovasyon ve girişimciliği yaymak ve yeni iş oluşumlarına ortam sağlamak amacıyla Başakşehir Belediyesi tarafından 2012 Yılında kurulmuştur (Başakşehir Belediyesi, 2018).

Rize Belediyesi, belediyenin hizmet verdiği, araştırma yaptığı, desteklediği, proje geliştirdiği alanlar dahil olmak üzere inovatif akıllı şehir konseptini geliştirmek ve oluşturmak için Rize İnovasyon Merkezi kurmuştur. Merkezin amacı; fikir geliştirmek, proje konusu oluşturmak, araştırma-geliştirme ve iyileştirme faaliyetleri yapmak, proje fonları ve partnerleri bulmak için üniversite, kamu, özel sektör, sivil toplum kuruluşları, meslek kuruluşları, dernekler, sanayi kuruluşları, ulusal ve uluslararası kuruluşlar, Avrupa Birliği gibi karşılıksız fon kuruluşları ile iş birliğinin gelişmesine katkıda bulunmaktır (Rize Belediyesi, 2018).

Bornova Belediyesi, "İnovasyon ve Enerji" temasını işleyen 86.İzmir Enternasyonal Fuarı'nda stand açarak kentlilere şehir yaşamında hayata geçebilecek yenilikçi fikirlerle ilgili bilgiler vermiş ve çeşitli inovatif aktiviteler sunmuştur (Bornova Belediyesi, 2018).

Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, Enerji Verimliliği Derneği ve Çevre Şehircilik Bakanlığı'nın ortaklaşa yürüttüğü Enerji Verimli Binalar projesi kapsamında Denizli Büyükşehir Belediyesi Ekolojik İnovasyon Merkezi yapılması çalışmaları başlatılmıştır. Proje; yeraltı ısı kaynaklarını kullanması, entegre atık sistemi, akıllı bina yönetimi gibi birçok yenilikçi ve enerji verimliliği özelliğini bir arada bulundurmaktadır (DBB, 2018).

Küçükçekmece Belediyesi tarafından İstanbul Kalkınma Ajansı (İSTKA)'nın Girişimcilik Mali Desteği Programı kapsamında geliştirilerek kurulan Küçükçekmece Girişimcilik ve İnovasyon Merkezi-KÜGİM, Küçükçekmece'deki gençleri yenilikçi teknolojilerle eğiten, aldıkları eğitimlerle birlikte oluşan ve gelişen yenilikçi fikirlerini girişimcilik örneğine dönüştüren, gençlerin ülkemizin istihdam ve işgücüne katılımı yönünde gerçekleştirecekleri girişimleri ile çalışma hayatına katkıda bulunmasını sağlayan inovatif bir merkezdir (KÜGİM, 2018).

Ataşehir Belediyesi İnovasyon Merkezi; kendisinin farkında olan, çözüm üretebilen, çevresindeki insanları etkileyebilen ve dünya vatandaşı bireyler olmayı hedefleyen kentlilerle beraber çeşitli uygulamalar yapmaktadır (Ataşehir Belediyesi, 2018).

Bursa'nın Gürsu Belediyesi Ar-Ge ve İnovasyon Merkezi, İş-Kur ile yaptığı ortak çalışmalarla başta engelliler olmak üzere dezavantajlı kentlilerin sosyal ve ekonomik hayata nasıl dahil edilebileceğine dair kentsel inovasyon çalışmaları yapmaktadır (Mora Dergisi, 2018).

Adana Belediyesi İnovasyon Haftası etkinlikleriyle her yıl kentsel inovasyon alanında fikir tartışma platformu oluşturmaktadır. Düşünsel gücün, yenilikçi anlayışın ve bilgi birikiminin oluşturduğu sınırsız potansiyelden yola çıkılarak hareket etmeden, dünyayla rekabet etme olanağının kalmadığı vurgulanmaktadır (Adana Belediyesi, 2018).

Üsküdar Belediyesi, Üsküdar Kaymakamlığı ve İstanbul Kalkınma Ajansı ortaklığı ile organize edilen Üsküdar İnovasyon Merkezinin amacı; çocuk ve gençlerin, yeni teknolojiler ve üretim modelleri ile tanışmaları sonucunda yaratıcılık ve yenilikçilik kapasitelerinin geliştirilmesi; bilgi, yetenek ve becerilerinin artırılması ve uygun iş alanlarına yönlendirilerek istihdam edilmelerine katkı sağlanmasıdır (Üsküdar Belediyesi, 2018).

İstanbul Tasarım ve İnovasyon Merkezi- İstanbul Creative City Platform'un (ICCP) Unesco Yaratıcı Şehirler Ağına bağlı olarak, İstanbul'un tasarım şehri unvanını almasıyla birlikte, tüm tasarım aktörlerini buluşturan ve Tasarım Kenti programlarının yürütüleceği bir merkez olarak planlanmıştır. Çok disiplinli çalışma guruplarının birlikte proje geliştirebilecekleri yüksek teknolojiye sahip mekânsal altyapı sağlamayı hedeflemektedir. Genç tasarımcıları görünür kılmayı amaçlayan IDIC, inovasyon odaklı aktörler arasında diyalog sağlayarak önceliklerin ve sorunların belirlenmesini ve ortak eylem planları yapılmasını teşvik edecektir (ICCP, 2018).

Akıllı şehirler uygulamaları kentsel inovasyonun önemli hamlelerinden biridir. Bu konuda Kamu Teknolojileri Platformu çeşitli ortaklıklarla birlikte Akıllı Şehirler Konferansları serisi düzenlemektedir. Platform 2013 yılında kamu kurumlarının hizmetlerini ileriye taşımak için, yenilikleri takip ederek, teknoloji entegrasyonları gerçekleştirmek üzere kurulmuş bir sivil toplum kuruluşudur. Kuruluşun temel amacı; Türkiye'nin büyüme sürecinde, teknolojinin rolünün daha etkin kılınarak, teknoloji yatırımlarının yönlendirilmesi ve bu alanda politikalar üretilmesidir. Faaliyet konularının temelinde e-devlet çalışmaları kapsamında, veri paylaşımı, e-kimlik kartlarının geliştirilmesi ve akıllı şehirler konusu bulunmaktadır (KTP, 2018).

3. YÖNETİŞİM KAVRAMI

Çağımızda ekonomik, sosyal, teknolojik, sosyal alanlarda yaşanan değişmeler yönetsel açıdan farklılaşma durumunu ortaya çıkarmaktadır. Eskinin "yöneten/yönetilen" bakış açısının yerini giderek "birlikte yönetelim" algısı almaktadır. Toplumları buna iten etmenlerin başında bilgi iletişim teknolojilerinin artışı, ülkesel/kentsel rekabetin ivme kazanması, kamu sektöründe organizasyonel bakıştaki kalite yönetimi ve müşteri(kullanıcı) memnuniyeti süreci gelmektedir. Eskinin kısıtlı kamu hizmetleri listesi artık geniş bir yelpazeye dönüşmüştür. Öyleyse halka iletişim ve etkileşim halinde olmak esastır. Bu durumda etkileşimli yönetim, iletişimli yönetim söylemleri "yönetişim" kavramını doğurmuştur. Yönetişim ile yerel yönetimlerde idari, ekonomik, politik otoritenin ortak kullanılır bir hal alabilmektedir. Yönetişimde önemli olan şey işin karar alma kısmıdır. Kişiler karar almada belirleyicidir. Katılım artmış, bilgiye ulaşma kolaylaşmıştır. Yönetici sadece "koordine eden" konumundadır. Yönetişim, toplumdaki ekonomik, siyasal ve toplumsal aktörlere ortaklar olarak bakmaktadır. Yönetişim toplumun aktörlerinin etkileşiminin doğurduğu bir süreç niteliğindedir.

Yönetişim kavramı, klasik yönetim yapılarınca tek taraflı olarak belirlenen ilişkiler yerine çok aktörlü ve etkileşimli ilişkileri içeren ve birlikte yönetme, birlikte düzenleme ve kamu-özel sektör ortaklığı felsefesine dayalı bir yönetim sürecidir. Yönetişimin uygulanmasındaki kilit nokta, herhangi bir yörenin halkının kendilerini ilgilendiren konulara ilişkin alınacak kararların oluşum sürecine katılımı ve buna imkân verecek yapının, başka bir deyişle yerinden yönetimin sağlanmasıdır (Palabıyık, 2003). Görevi insanları ve diğer üretim faktörlerini etkin kılmak olan her lider ve yöneticinin, birlikte yola çıktığı takım arkadaşlarıyla yönetişimde olması zorunludur. Yönetişim sürecini oluşturan ve yönetişimin fonksiyonları olarak ifade edilebilecek kavramlar ise; iletişim ve etkin bilgi paylaşımı, empati, duygusal zekâ, beyin fırtınasına dayalı müşterek karar verme, proaktif düşünce, sinerji, güçlendirme, şeffaflık ve çok yönlü güvendir (Fidan, 2011). İktisadi İşbirliği ve Gelişme Teşkilatı (OECD, 2015)'na göre yönetişimin ilkeleri şu şekildedir:

- *Hesap verebilirlik:* Bir hükümet kararlarını ve eylemlerinin hesabını açık olarak gösterebilmelidir.
- *Şeffaflık:* Bir hükümetin eylemleri kararları ve karar alma süreçleri devletin diğer parçalarına, sivil topluma ve bazı bakımlardan dışarıdaki kurumlara ve başka hükümetlere açık olmalıdır.
- *Etkinlik ve etkililik:* Hükümetler kaliteli kamu çıktısı üretmek için çaba gösterir.

- *Sorumluluk:* Hükümet toplumsal değişimlere hızla cevap verebilecek kapasiteye sahip olmalı ve esnek olmalıdır.
- *Gelecek vizyonu:* Hükümet, güncel verilere ve eğilimlere dayanarak gelecekte olması muhtemel problemleri ve durumları öngörebilmeli ve gelecek maliyetleri ve öngörülen değişiklikleri (örneğin, demografik, ekonomik, çevresel)de hesaba katarak buna uygun politikalar geliştirmelidir.
- *Hukukun rolü:* Hükümet aynı şekilde şeffaf kanunlar, düzenlemeler ve kuralları güçlendirmelidir.

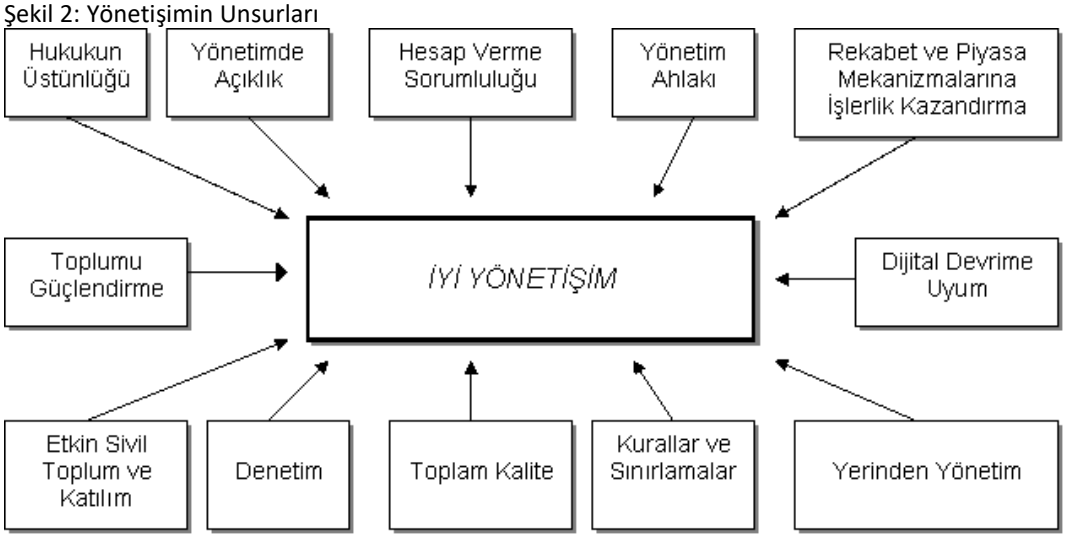
4. KENTSEL İNOVASYON VE YÖNETİŞİM İLİŞKİSİ

Yönetişim terimi ilk kez 1989 yılında Dünya Bankası'nın Afrika üzerine hazırladığı raporda kullanılmıştır. Kavramın tanımını Dünya Bankası yapmış ve buna göre yönetişim şu şekilde tanımlanmaktadır: "Bir ülkenin ekonomik ve sosyal kaynaklarını, kalkınma amaçlı bir bakış açısıyla yönetmede iktidarın kullanılma biçimi." (Dünya Bankası, 1992). Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı(UNDP) tanımı ile yönetişim; bir ülkenin her düzeydeki işlerinin yönetiminde iktisadi, siyasi ve idari otoritenin hâkim olmasıdır (UNDP, 2005). Yönetişimle vurgulanmak istenilen üç ana faktör söz konusudur (Turgut, 2004):

1. Çoklu aktörlerin varlığı
2. Durağan yada hiyerarşik yapı yerine, karşılıklı etkileşimin hakim olması
3. Dinamik bir yönetim süreci

Yönetişimin unsurları bireylere inovasyon yaratabilecek özgürlüklerin sınırlarını belirlemektedir. Öyleki, kentli haklarının bilndiği, teknolojik gelişimlerin desteklendiği, dünya ile uyum çerçevesinde kent yaşamına katılabilecek ek değerlerin ortaya çıkartılabilmesi hem kent yönetimlerine hem de halka mutluluk getirebilecektir.

Şekil 2: Yönetişimin Unsurları



Kaynak: Henden, B. (2007) Yönetişimin Kentli Memnuniyetine Etkisi Gündem 21 Çerçevesinde Değerlendirme: Kdz.Ereğli ve Nilüfer Belediyeleri, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Ünv. Fen Bilimleri Ens. Doktora Tezi

Yukarıda sıralanan faktörlerin varolduğu ortamlar yeni fikir üretmek, mevcutta bulunan durumu daha iyiye götürebilmek adına iyileştirmek için fırsatlar sunacaktır. Yönetişim genelde ve yerelde bir anlamda "yeni bir toplumsal işbölümü" ortaya çıkarmaktadır. Bu işbölümü sürecinde belirleyici tek "özne" olarak devletin egemenliğini sürdürmek yerine, toplumsal sorunların çözümünde var olan yerel, ulusal ve uluslararası aktörleri de sisteme dahil etme arayışı söz konusudur. Bu bağlamda her kentli bireyin kent yönetimi ve karar alma süreçlerine katılması ve yerel demokrasinin güçlendirilmesi yolunda yönetişim prensipleri ile kentsel inovasyon örtüşmektedir. Yönetişim prensipleri ile kent yönetimine bakıldığında, etkin, eşitlikçi, güvenli ve sürdürülebilir ekonomik ve sosyal kalkınmanın, katılımcı ve çok ortaklı/paydaşlı yönetim biçimleri ve dolayısıyla kentsel yönetişim araçlarının gerekliliğinden bahsedilmektedir. Kentteki tüm paydaşların kent için hem problemlerin ve önceliklerin belirlenmesinde hem de fırsatların değerlendirilmesinde sorumlu ve duyarlı güç kullanmaları

gerekmektedir. Yönetişimi temel alan kent yönetimi yaklaşımlarının başarılı olabilmesi için toplumdaki tüm aktörlerin desteği ve aktif katılımları şarttır (Shehrin, 2010: 268-269). Yönetişim, yerel alanda kentsel hizmetlerin görülme biçimini de değiştiren, alternatifler ortaya çıkaran bir yaklaşımdır. Bu felsefeyle kentli tercihlerine daha duyarlı bir yapının ortaya çıkma olanağı doğmuştur (Göymen, 2010: 90-91). Eskinin tek ağızdan yönetilen ve söz hakkının fazla bulunmadığı idare stilinin inovasyon için tanıyacağı imkanların daha kısıtlı olabileceği açıktır. Yenilik getirebilmek, artı değer katabilmek doğru gözlem, özgür ortam, fikir alışverişi gerektirmektedir. Başka bir deyişle iletişim ve etkileşim platformunun yaygınlığı esastır. Bu durumun kentsel kültür halinde varlığı kentlilerin yaşadıkları mekanlarla olan bağını da güçlendirebilecektir.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Kamu sektöründe üretimi ve etkinliği artırmak için sürekli bir şekilde çaba sarf etmek gerekmektedir. Bu da kamu yönetiminde işleri yeni şekillerde yapma gerekliliğini doğurmaktadır. Yerel yönetimler halka en yakın kamu kurumu olma sıfatıyla bunu fazlasıyla yaşamaktadır. Özellikle 21. Yüzyılın haklarını bilen, teknolojik imkanlara sahip kitlesi kent sunumlarında çıtayı her gün artırmaktadır. Kentler inovasyonun, bilginin, ürün ve proseslerin üretildiği başlıca mekanlardır. Çağımızda kentlerde kendi aralarında bir rekabet içerisindedir. Kentsel rekabetteki üstünlük yaşam alanlarındaki özgün üretime, farklılaşmaya, yaratıcılığa, özetle hayal gücünün sınırlarına dayanır. Yaratıcılık olgusu kentsel yaşama dokunabilecek etkiler yaratabilmektedir. Herhangi bir kentsel hizmete var olanın ötesinde katma değer üretilebilmesi; hele de bunun kentsel ortak akıl ile bulunması önemlidir.

Kentsel inovasyon için idari teşkilatla halk arasında hesap-verebilirliğe dayalı bir ilişkinin tesis edilmesi ve sürdürülebilmesi şarttır. Katılımcı gelişim için kent toplumunda inovasyon yöneliminin özendirilmesi ve güçlendirilmesi gerekir. Hatta bu bağlamda başarılı bulunan kentsel inovasyon örneklerinin ödüllendirilmesi, yaygınlaştırılması yararlı olur. Özellikle sivil toplum inovasyon örneklerinin kültür haline dönüşmesinde yerel başarı öykülerinin önemini hatırlamalıyız. Bilgi çağında kişi ve örgütlerin başarısı, yönetişimi ne kadar bildikleri ve becerebildikleri, yönetişime geçirebildikleri bireylerin sayısıyla doğru orantılı olacaktır. Yönetişim yaklaşımlı kent yöneticilerinin halkla ortaklaşa idare biçimi; her ne kadar denetlemeyi artırıyor gibi görünse de esasen halka sorumluluk yüklemektedir. Bu durumda çağdaş kent yönetimi yaklaşımlarından yönetişimin kentsel inovasyondan ayrı tutulamayacağı açıktır. Bu tip kentlerdeki gelişim ve rekabet unsurları örnek teşkil ederek ülkesel ilerlemeye de ışık tutacaktır. Hızlı, kaliteli, etkin ve verimli hizmet sunumunun hedeflendiği günümüzde ortaklığa dayalı sürece olan güvenin sürdürülebilirliği önemlidir.

KAYNAKÇA

Adana Büyükşehir Belediyesi (2018). Adana Büyükşehir Belediyesi İnternet Sayfası, http://www.adana.bel.tr/turkiyeyi-inovasyon-yukseltecek/ , (01.08.2018)

Ataşehir Belediyesi (2018). Ataşehir Belediyesi İnternet Sayfası, http://www.atasehir.bel.tr/haber/gelin-buyulu-adimlar-atalim , (01.08.2018)

Banger, G. (2018). Kent ve İş Kültürü, İstikbal Eskişehir'in Sesi Gazetesi, 21.05.2018 tarihli yazı, http://www.istikbalgazetesi.com/haber.asp?sec=2&newscatid=0&yazarid=346&newsid=189942, (31.07.2018)

Başakşehir Belediyesi (2018). Başakşehir Belediyesi İnternet Sayfası, http://basaksehir-livinglab.com/BLL/hakkimizda/, (01.08.2018)

Beşiktaş Belediyesi (2018). Beşiktaş Belediyesi İnternet Sayfası, http://besiktas.bel.tr/sayfa/12040/besiktas-inovasyon-merkezi, (01.08.2018)

Bornova Belediyesi (2018). Bornova Belediyesi İnternet Sayfası, https://www.bornova.bel.tr/bornova-belediyesi-fuara-renk-katiyor/ , (01.08.2018)

Cunningham, P.; Karakasidou, A. (2009). Innovation in the Public Sector, INNO POLICY Trendchart Policy Brief No. 2

Demir, F. (2016). Avrupa'da Kamu Sektöründe İnovasyon ve Yenilikçi Yöntemler, Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt:14, Sayı: 27, Sayfa:143-170

Denizli Büyükşehir Belediyesi (2018). Denizli Büyükşehir Belediyesi İnternet Sayfası Denizli'de Ekolojik İnovasyon Merkezi, http://www.denizli.bel.tr/?id=2975 , (01.08.2018)

Drucker, P. (1985). Innovation and Entrepreneurship, London: Harper &Row Publishers Inc.

Dünya Bankası (1992). Governance and Development, Washington D.C., (Aktaran: Filiz Çuha Zabcı, Dünya Bankasının Küresel Pazar için Yeni Stratejisi: Yönetişim, Ankara Ünv. SBF Dergisi, Cilt:3, Sayı:57, Temmuz-Eylül 2002, Ankara)

Fidan, Y. (2011). Yönetimden Yönetişime: Kavramsal Bir Bakış, Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:1, S:5-8.

Gelişen Beyin (2018) Gelişen Beyin Teknoloji Bilim Tasarım İnternet Sayfası, http://gelisenbeyin.net/inovasyon.html, (31.07.2018)

Göymen, K. (2010) Türkiye'de Yerel Yönetişim ve Yerel Kalkınma, İstanbul:Boyut Yayınları

ICCP (2018). İstanbul Tasarım ve İnovasyon Merkezi, http://www.designcityistanbul.com/SitePage/index/19, (01.08.2018)

İVT (2017). İnovasyon ve Tasarım İnternet Sitesi, Her Yerde Her Şeyde Herkes İçin İnovasyon ve Tasarım, Yayın Tarihi:26.12.2017, http://inovasyonvetasarim.com/her-yerde-her-seyde-herkes-icin-inovasyon-ve-tasarim/, (01.08.2018)

Kamu Teknolojileri Platformu (2018). Akıllı Şehirler Konferansı Tanıtımı, https://www.akillisehirlerkonferansi.com/, (01.08.2018)

Kara, A. (2015). Sosyal Politikalarda Yeni Yaklaşım, Yöntem ve Kentsel Uygulamaların Geliştirilmesi Bir Sosyal İnovasyon Örneği Olarak "Şeker Hayat", İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Şehir ve Bölge Planlaması Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Aralık-2015.

Kent stratejileri Merkezi (2016) İzmir Ulaşımında Yenilikçi Çözümler, Yayın Tarihi: 06.11.2016, https://kentstratejileri.com/tag/inovasyon/, (31.07.2018)

KÜGİM (2018). Küçükçekmece Belediyesi Girişimcilik ve İnovasyon Merkezi, http://www.kugim.com.tr/, (01.08.2018)

Marmara Belediyeler Birliği (2018) Marmara Belediyeler Birliği İnternet Sayfası, Avrupa İnovasyon Başkenti Ödülü Başvuruları Devam Ediyor, Yayın Tarihi:11.04.2018, http://marmara.gov.tr/avrupa-inovasyon-baskenti-odulu-basvurulari-devam-ediyor-17011, (01.08.2018)

Mora Dergisi (2018). Gürsu Belediyesi ve İş-kur, Toplum Yararına Güç Birliğinde, Mora Kültür Sanat Sosyal Yaşam ve Yerel Yönetimler Dergisi, Yayın Tarihi:12.10.2017, http://www.moradergisi.com/haber/gursu-belediyesi-ve-iskur-toplum-yararina-guc-birliginde-74517.html, (01.08.2018)

Nilüfer Belediyesi (2018). Nilüfer Belediyesi İnternet Sayfası, http://niluferinovasyonmerkezi.com/niluferinovasyonmerkezi/, (01.08.2018)

OECD (2015) G20/OECD Kurumsal Yönetim İlkeleri Raporu, G20 Bakanlar ve Merkez Bankası Başkanları Toplantısı, 4-5 Eylül 2015, Ankara, https://www.oecd.org/daf/ca/Corporate-Governance-Principles-TUR.pdf, (05.09.2018)

Özışık, F. (2012). Küreselleşme-Yerelleşme Sürecinde Kentsel Yönetişim: Kalkınma Ajansları ve İzmir Örneği, Kent Akademisi Kent Kültürü ve Yönetimi Hakemli Elektronik Dergi, Cilt: 5, Sayı: 4, Kış.

Palabıyık, H. (2003). Yönetimden Yönetişime: Yönetişim, Kentsel Yönetişim ve Uygulamaları İle Yönetişimde Ölçülebilirlik Üzerine Açıklamalar, Yerel ve Kentsel Politikalar, (Ed: Akif Çukurçayır ve Ayşe Tekel), (Konya: Çizgi Kitabevi, 2003), s. 227.

Petkovsek, V.; Cankar, S. (2013) Public Sector Innovation in the European Union and Example of Good Practice, Management, Knowledge and Learning International Conference, 19-21 Haziran 2013, Zadar, Hırvatistan, s. 1329-1336, http://econpapers.repec.org/bookchap/tkpmklp13/, (11.09.2014)

Rize Belediyesi (2018). Rize Belediyesi İnternet Sayfası, http://www.rize.bel.tr/icerik/inovasyon-merkezi , (01.08.2018)

Shehrin, P. K. (2010). Kent Yönetimi ve Planlamada Yönetişim, Ed. Çukurçayır, M. A. vd., Konya:Çizgi Kitabevi.

Şen, Z. (2012). Kentlerin Rekabeti ve 2023 Hedefleri Üzerine Bir İnceleme, Kent Akademisi Kent Kültürü ve Yönetimi Hakemli Elektronik Dergi, Cilt: 5, Sayı: 1, İlkbahar.

Turgut, S. (2004). İstanbul'un Yönetimi, Bir Kent Planlama Yönetimi Denemesi, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi

Türk Dil Kurumu (2018). Türk Dil Kurumu İnternet Sayfası, İnovasyon tanımı, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori1=veritbn&kelimesec=170144, (31.07.2018)

UCLG-MEWA (2015). Birleşmiş Kentler ve Yerel Yönetimler Orta Doğu ve Batı Asya Bölge Teşkilatı-UCLG-MEWA İnternet Sayfası, Akıllı Şehirler Komite Toplantısı Konya'da Gerçekleşecek, Yayın Tarihi:21.03.2015, http://uclg-mewa.org/akilli-sehirler-toplantisi-konyada-gerceklesecek/, (01.08.2018)

UNDP (2005). Governance And Sustainable Human Development, www.un.org.tr/undp/governance.htm, (18.12.2005)

Üsküdar Belediyesi (2018). Üsküdar Belediyesi İnternet Sayfası Üsküdar İnovasyon Merkezi, http://www.uskudarinovasyonmerkezi.org/#welcome , (01.08.2018)

WALD (2014). Dünya Yerel Yönetim ve Demokrasi Akademisi Vakfı-WALD İnternet Sayfası, Guangzhou Uluslararası Kentsel İnovasyon Ödülü 2014, http://www.wald.org.tr/tr/, (01.08.2018)

Rural Development Planning in European Union*

Dr. Öğr. Üyesi İ. Bülent Gürbüz[1] **Fikret Bayar[2]**

[1]Bursa Uludağ üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, bulent@uludag.edu.tr

[2]Bursa İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, fikretbayarsamsun@gmail.com

Abstract: Throughout the historical period, as a requirement of the nature of economy, some disequilibrium had occurred and keeps occurring both in international and national level. However, the growth in the unbalances between regions that appeared during this period causes social and economic problems by negatively including the efficient usage of resources, in long term. Development of rural areas is of common interest since they are capable of influencing the welfare of both, the local and the rest of the European population. Although diversity is one of the greatest resources of Europe, it can create challenges for the member states. The Union is trying to fill the gap between the poorer and the richer regions within its boundaries with new strategies. In line with the EU priorities, each member draws up programs addressing at different points referring to the needs of the specific territory. According to the circumstances the states have to face, they evaluate the current situation and the potential for development. Finally, the last step is dedicated to the Program Implementation, monitoring, and evaluation. The Common Monitoring and Evaluation Framework provide a single scheme for all the programs. The ultimate aim of this procedure is to grant a targeted approach to find the solution that better suits the difficulties of the specific territory, to support local development under a common guideline that will lead to the involvement of those local dimensions into the Europe 2020 strategy.

Key words: European Union, Rural Development, Europe 2020 Strategy, Development Planning, Rural Area

1. INTRODUCTION

The Common Agricultural Policy is itself a test of European cooperation after WTO rules threatened an era of unfettered trade liberalization. Since 1992 when the EU began to move away from market interventionist policies towards policies to foster rural development and environmental sustainability, the CAP has undergone a series of policy reforms and adapted the tools that it uses to monitor and regulate the agricultural sector. During the past twenty years, reforms to build a financial safety net for producers, develop environmental requirements for farmers, and foster rural development have changed the way in which the CAP intervenes within the agricultural sector. While 90% of the CAP budget in 1992 was allocated towards market management by way of export refunds and intervention purchases of member state products, in 2013 market intervention had dropped to only 5% of the CAP budget, showing a clear transition away from an interventionist subsidy regime towards allowing the decisions of consumers to allow the market to set its own unsubsidized prices.

With respect to the coverage of land- (and animal-) based rural development measures, the following general comments are pertinent. According to targets aggregated from rural development policies (RDPs), in the period 2014-2020 rural development support contracts targeting biodiversity, water management and soil management will cover around 15-20 % of EU farmland in each case, plus around 4% of EU forest land in each case. And the targets concerning climate change are noticeably lower: about 8% of EU farmland under contracts for cutting greenhouse gas (GHG) or ammonia emissions and 2% of farmland for carbon sequestration. With regard to the full range of environmental challenges, limited financial resources and increased targeting are cited as reasons for modest targets set in RDPs Concerning the climate change challenge in particular, there are sometimes gaps in knowledge about what steps can be funded, and in some RDPs climate-relevant action may have been listed against other environmental focus areas (where action addresses more than one focus area). In any case, overall, it is also argued that land coverage figures are not by themselves an adequate guide to policy effectiveness, as the quality of what is taking place on the land concerned is also extremely important.

2. CAP AND RURAL DEVELOPMENT

There are five EU Structural and Investment Funds (ESI Funds):

- The European Regional Development Fund (ERDF)
- The European Social Fund (ESF)

- The European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD)
- The European Maritime and Fisheries Fund (EMFF)
- The Cohesion Fund (CF)

ESI Funds are invested in all regions of the EU. The level of funding varies with the level of development and the national contribution (the co-funding requirement). It also varies with the level of development. In order to draw down the EU funding, each member state must meet a number of conditions. Each has to set out the objectives it wants to achieve and identify how it will measure progress towards those objectives.

The Department of Agriculture, Food and the Marine is responsible for the EAFRD. There are different co-funding rates under the different measures. The new Rural Development Programme will include a range of measures including the following:

Green Low-Carbon Agri-Environment Scheme (GLAS)

This is the new agri-environment scheme which is allocated €1.45 billion over the period 2014–2020. It will provide payments of up to €5,000 each for up to 50,000 farmers; it is expected that about 25,000 farmers will be accepted into the scheme in 2015. Farmers who take on more challenging environmental actions may get top-up payments of up to €2,000 a year under GLAS+.The current payments under the Areas of Natural Constraint (ANCs) scheme (formerly the Disadvantaged Areas Scheme) will be continued until the reassessment of the areas covered by the scheme is concluded in 2018. Island farmers will get an additional top-up payment. There will be a €70 million allocation for locally led, targeted agri-environment schemes. About €44 million is being allocated for the Organic Farming Scheme. There will also be a dedicated Capital Investment Scheme for the organic sector. The Department of the Environment, Community and Local Government has been allocated 7% (€153m) of the EAFRD for the delivery of LEADER measures. The level of co-funding for LEADER has not yet been decided. The precise projects to be supported will emerge from the development of local development strategies. It is expected that the main areas will be:

- Rural economic development/enterprise development/job creation incorporating rural tourism, enterprise development, broadband training and rural towns
- Social inclusion through building community capacity, training and animation
- Rural environment

The CAP consists of two pillars.

All are relevant to Ireland except the Cohesion Fund which is available only to less developed member states. There are also European Territorial Co-Operation (ETC) programmes such as PEACE and INTERREG.

2.1. Pillar 1

Includes income support and market and price policy, and accounts for more than two-thirds of the whole budget. The CAP is organizationally comprised of a two-pillar structure, each pillar maintaining specific foci and competencies regarding agriculture and rural development in the European Union. The first pillar, or the “common organization of the markets in agricultural products” (CMO), is concerned with maintaining a stable market and ensuring high levels of productivity across the different agricultural sectors in the EU. Prior to 2003, there were 21 different CMO programs that each covered specific agricultural products and the direct payments to farmers that were linked to production. The Luxembourg reform of 2003 began the process of decoupling payments from production and moving towards a single payment scheme that allowed farmers to produce what the market wanted instead of what the subsidy programs incentivized. After 2007, the 21 different CMO programs were combined into one singular CMO that supports all forms of agricultural products. These changes to the first pillar of the CAP moved price support intervention measures from the CAPs main form of agricultural support into a safety net option used only in times of market disruption. Since the reforms made to the CAP in 2013, the CMO plays a much different role than it did prior to 2003. The current structure of the CMO has both an internal and external focus regarding production and trade in the EU. Internally, the CMO maintains its role in market intervention while also managing the rules on marketing and producer organizations. Externally, the CMO manages the rules regarding import and export duties, tariff quotas, and export refunds. The direct payments paid to farmers by the CMO target specific objectives that are outlined as followed:

1) a payment per hectare based off of national or regional criteria;

2) payments for “greening”, or the specific environmental public good provided by farms that are not accounted for in market transactions;

3) payments for five years to young farmers;

4) “redistributive payments”;

5) income support for farmers producing in environments with “natural constraints”;

6) some coupled to production support based off of economic or social goals;

7) payments to “small farmers” (Massot, 2017).

The first three of these objectives are mandatorily funded while the following four are optionally or partially funded based on the needs of each member state. The funding to pay for these direct payments under the first pillar of the CAP is paid out to member states who then appropriate the money based off their own needs. Thirty percent of funding is required to go towards the “greening” component while the other 70% is earmarked to fund the optional components. This system provides member states with flexibility in how they individually allocate dollars towards national and regional agricultural goals and objectives while providing an overall direction for agriculture in the EU with a heavy focus on incentivizing environmentally friendly production practices.

2.2. Pillar 2

Corresponds to the so-called Rural Development Policy. The second pillar of the CAP is known as the rural development policy. Implemented in 2000, the rural development policy is funded by the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD) which is aimed at promoting growth and employment through sustainable rural development that is conscious of maintaining a healthy environment . Member states work with the EAFRD on rural development projects based on an extensive “menu” of approved measures provided by the EAFRD. Rural development projects are co-developed and co-financed by member states and the EAFRD after a project is ascertained to support the priorities of the EAFRD and target a specific measure on the menu and then approved by the EC . Similar to the approach that the CMO uses to allocate funding in pillar one, the process of deciding upon rural development projects is based on the specific needs of each member state. The priorities laid out by the new rural development policy are outlined on the website of the European Parliament as:

- To promote knowledge transfer and innovation in agriculture and forestry;
- To increase the viability and competitiveness of all types of agriculture, promote innovative agricultural technologies and support sustainable forest management;
- To promote the organization of the food production chain, animal welfare and risk management in farming;
- To restore, preserve and enhance agricultural and forest ecosystems;
- To promote the efficient use of resources and support the transition to a low-carbon economy; and
- To promote social inclusion, poverty reduction and economic development.

The Rural Development Policy is implemented under Rural Development Programmes (RDPs) by Member States or Member State regions. An RDP addresses the specific needs of Member States or regions, corresponding to the European rural development policy.

The 2013 reform shifted the funding of these measures from the first to the second pillar of the CAP (Rural Development), however did not significantly change the initial intended policy choice. The aim remains to encourage more farmers to proactively engage themselves in private risk management schemes (insurance or mutual funds) covering for losses stemming from marketable production risks. However one novelty was introduced, mutual funds could also be set up (and be partly publicly supported) for the coverage of income losses (regardless of the type of the triggering risk event), and were re-labelled for this purpose as 'Income Stabilisation Tool', targeting income variability directly.

Changes agreed by European Parliament (EP) and Council in the Agricultural Omnibus were introduced with the aim of enhancing the uptake of the tool. In addition to the Risk Management Tool box mentioned above, current Rural Development Policy (Pillar II) provides a framework for supporting the development of farmers income. These interventions are programmed by Member States and regions in their rural development programmes (RDPs), notably under focus areas related to competitiveness, generational renewal, risk manangement, resource efficiency and diversification. In addition to this, under the Rural Developement Policy agrienvironment-climate measures (AECM) are offered which pay farmers for delivering a defined number of environment climate services. National evaluations linked to certain rural development programmes from 2007-2013 confirm that farmers also consider this a reliable source of income which adds to income stability.

The Common Agricultural Policy continues to be the most important EU policy intervening in the EU rural economy in terms of funding and the range of instruments. An important part of farmers' income depends on the CAP (direct support, market policy, and rural development policy). This has also important effects on the rural economy and the rural population. Rural development policy (EAFRD) provides a toolbox for supporting the development of smart villages in rural areas. Based on integrated strategic approaches that reflect EU priorities as well as the needs of a territory, Rural Development Programmes support a mix of measures. These measures target rural business development, including the modernisation of farms, investments in small-scale local infrastructure and connectivity projects, village renewal, knowledge development, knowledge sharing, and bottom-up initiatives. Almost € 100 billion from the EU budget has been allocated to a total of 118 Rural Development programmes in the period 2014-2020.

Rural Development policy is also home to LEADER, a bottom-up approach to local development which is a vehicle for social innovation and capacity building, empowering rural citizens to take ownership of their area's development through the design and implementation of strategy and projects. In the period 2014-2020 the LEADER method was extended in scope and to other funds and policies to support Community Lead Local Development (CLLD). A new element in rural development policy is the European Innovation Partnership for Agriculture (EIP-AGRI) which is designed to speed up innovation on the ground. Through networking activities and projects, the EIPAGRI supports the development and dissemination of new knowledge, practices, processes and technologies in agri-food and forestry value chains.

The European Network for Rural Development is an EU-wide network, bringing together rural development actors (Managing Authorities, stakeholders, researchers, advisors, businesses, local authorities, LAGs etc.) in view of improving the quality of Rural Development Programmes and enhancing participation. A number of work streams under the ENRD relate to smart villages.

EU Cohesion Policy Cohesion Policy for growth and jobs is implemented across the whole EU territory, both urban and rural areas, with a budget of € 352 billion in 2014-2020. The financial support of the European Regional Development Fund (ERDF) and the Cohesion Fund (CF) is focused on Research and Innovation, ICT, SME competitiveness and Low Carbon Economy. These Funds also deliver important investment in the fields of environment, climate action, transport, poverty reduction and administrative capacity. There is a close cooperation with the European Social Fund.

Cohesion Policy is implemented through programmes at national, regional and local level, based on thorough thematic and territorial needs analysis and using integrated approach. Specific instruments and tools such as smart specialisation strategies, integrated territorial investment (ITI) and community-led local development (CLLD) allow to further target programme resources to territorial needs and to combine support from different sources and Funds. Cohesion Policy programmes and tools could foster Smart Villages. Significant investment opportunities exist to foster urban-rural linkages. About € 15 billion ERDF are comanaged directly by about 700+ urban authorities in the framework of "Sustainable Urban Development", required also to take into account urban-rural linkages. About 10% relates to entities of less than 20 000 inhabitants. Therefore small towns and villages play an important role in ERDF support for sustainable urban development. 20 Member States are using the ITI tool at various territorial scales (neighbourhood, urban, metropolitan, sub-regional or regional level). 18 Member States apply CLLD, targeting different types of territories (rural/urban). The large number of small towns involved in the implementation of the ERDF generates a need to invest in administrative capacity building and knowledge exchange. The Urban Development Network is set up especially for this. EU-wide, national and thematic events are organized for cities, with topics such as the development of integrated urban strategies.

3. CONCLUSION

The EU agricultural sector has gone through many reforms of the CAP in the latest 20 years. There is reform fatigue in the sector and European farmers need a period of policy stability and certainty as the existing CAP reform has only been implemented recently in some member states. The EPP moreover believes that the European Union must first face the negotiations on the withdrawal of the United Kingdom from the EU and set a clear and stable post-Brexit financial framework, before triggering discussions on the future CAP reform. Rather than a hasty reform, the current CAP should thus continue to 2024. This would allow separating the CAP reform from the financial discussions and allow for necessary period of analysis on the impact of Brexit on the EU farm and food sectors and on the implementation of the current policy framework to see what reforms might be fit for purpose at that time. Last but not least, the EPP believes in the need to cultivate deeper understanding among the general public of the role of agriculture and farmers, the corresponding goals of CAP and addressing, without delay, any skepticism about the policy, through a strong communication strategy. We need to make clear during the forthcoming budgetary and policy negotiations and in the public debate why farmers receive a significant portion of the European budget and what the consumer gets for the financial supports paid to farmers. Furthermore, the EPP warns that a lack of ambition of the next EU budget, and consequently of the future CAP, would have major consequences for our family farms and the future of rural areas.

The economic advantages of risk sharing, collective bargaining, and aggregation realized through cooperative participation have been expounded upon already, but a strong philosophical argument can be made for how APCs promote rural development and agriculture as public goods. An idea that economic interests are not the only forces pushing a person to act, but instead social relationships surround a person's economic interests, and these relationships drive one's economic performance. It can be considered both economic and nonmarket goods as important, meaning that society benefits overall when nonmarket goods, goods such as environmental sustainability and rural development, are invested in and protected. Nonmarket goods are often undervalued because these goods are characterized as abundant and ubiquitous. However, when there is a chance that nonmarket goods could be lost or harmed, production practices and market transactions evolve in ways that elevate the protection of nonmarket goods that are of value to society. The socially embedded economy helps us to understand variations in cooperative participation by providing a framework for how different member states might or might not value specific nonmarket goods or how they might have differing mechanisms for protecting nonmarket goods.

REFERENCES

Diakosavvas, D. (2006). Coherence of Agricultural and Rural Development Policies, OECD Publishing, available at: https://books.google.ro/books?isbn=9264023895

DG Agriculture & Rural Development (2009). The Budgetary Aspects of the New CAP Payments, available at: http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/note/join/2009/431575/IPOL-AGRI_NT(2009)431575_EN.pdf

DG Agriculture & Rural Development (2016). France RDP – factsheet, available at: https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/rural-development-2014-2020/country-files/fr/factsheet-rural-network_fr.pdf

DG Agriculture & Rural Development (2017). Agriculture in the European Union and Member States, Statistical FactSheets, available at: https://ec.europa.eu/agriculture/statistics/factsheets_en

European Commission (2015). Synthesis of ex ante evaluation of rural development programmes 2014-2020, available at: https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/evaluation/rural-development-reports/2015/ex_ante_rdp_synthesis_2014_2020/fulltext_en.pdf

Eposti, R. (2008). Reforming the CAP: An Agenda for Regional Growth? in Proceedings of 109th EAAE Seminar, available at: http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/44868/2/Espostia.pdf

European Commission (2017). Rural Development Programmes 2014-2020, available at: https://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020_en

European Network for Rural Development – ENRD (2017). Restoring, preserving and enhancing ecosystems dependent on agriculture and forestry, available at: https://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/cap-towards-2020/rdp-programming-2014-2020/rural-development-priorities/ecosystems_en

Jogeneel R., Cronin E., Polman, N., (2018) EU CAP 2014-2020 policy implementation choices: Is there a Member State typology?," 162nd Seminar, April 26-27, 2018, Budapest, Hungary 271967, European Association of Agricultural Economists.

Official Journal of the European Union (2013). Official Journal of the European Union 20.12.2013. https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0487:0548:EN:PDF

Sorrentino, A., Henke, R. (2016). The Common Agricultural Policy after the Fischler Reform, available at: https://books.google.ro/books?isbn=1317037715

The Role and Efficiency of Agricultural Cooperatives in European Union*

Dr. Öğr. Üyesi İ. Bülent Gürbüz[1] **Songül Acıköse[2]**

[1]Bursa Uludağ üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, bulent@uludag.edu.tr

[2]Bursa İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, songulen74@gmail.com

Abstract: The position of cooperatives has developed through specialization and mergers. To a large extent development has been encouraged and accelerated by the changing competition conditions as a consequence of the creation and expansion of the common market. EU cooperatives maintain a strong market presence in the EU food supply chain. Cooperatives hold substantial market shares in agriculture in the Netherlands (83%), Finland (79%), Italy (55%), and France (50%). However, in the EU-13 Member States, history has created a negative image for farmer organizations which led to a very low degree of penetration of cooperatives (below 25% compared to 40% or above in the EU-15 Member States). Cooperatives account for a large share of farm product market in some sectors but not in others: the dairy sector is predominantly organized in cooperatives (55%), while sugar and meat sectors have fewer cooperatives (25% for sugar or pig meat). The differences between sectors are mainly due to the characteristics of the product and the production process. In the dairy and fruit and vegetables sectors cooperatives have an important market share, partly due to the perishability of the product and thus the high transaction costs in trading this product. Also in wine and olive oil, cooperatives are well developed. In sectors like cattle, pigs and sheep, the animals are often sold under contracts to traders or non-cooperative slaughterhouses, although in some countries cooperatives continue to have substantial market shares in these sectors.

Key Words: Agricultural Marketing, Agricultural Cooperatives, European Union.

1. INTRODUCTION

European Union (EU) countries show that they have a cooperative tradition for a long time. But it differs from the origin: sometimes it was the labor movement. In Denmark, Netherlands and Ireland the cooperative background is linked to significant conjunctures, transitions, conditions and trouble. In Finland it is subject to push for independence – these help to maintain an exact cooperate behavior. This type of behavior and rapid changes has not benefitted cooperatives in, e.g., Sweden and Estonia. In some periods of Portugal and Spain political scheme have been unfriendly behaviors to the cooperatives. As seen in Greek case, poor government policies and profiteer cooperative leaders may cause strong unsuccessful events. In addition communist period experience that until today has a important effect on Central and Eastern Europe. Also, several domestic cooperative legislation is, and how this has affected the total models. In what extent internal governance matters for the performance of the cooperative, and if this is relevant, what that hint at the cooperative regulation. Market shares of cooperatives, producer organizations and unions have differences between countries and between subsectors. Dairy and fruit & vegetables are often sectors with important market shares for cooperatives. But even in dairy there are large differences between, e.g., Austria and Denmark versus France and Germany. Differences are even bigger if one looks to sectors like sugar (Soboh et al., 2012).

2. CAP AND EU AGRI-COOPERATIVES

Many European countries participated in this era of cheap food by developing the same kind of direct-subsidy regimes found in the United States and Australia. It was not until the late 1980s that the supply and demand problem of under-production moved to a problem of over-production. During this time, the debate over agricultural production practices in Europe moved from focusing solely on hunger to focusing also on the environmental effects of agricultural production, animal welfare, and human health. In 1992, European governments began to respond to the outcry against direct-subsidy regimes and took steps to decouple the link between production and subsidies while also promoting alternative income-generating practices such as organic farming, farm tourism, on- and off-farm diversification, and environmental and cultural landscape management. In making these changes to the subsidy regime in the EU, policymakers were responding not only to public discourse but also to changes in WTO rules that sought to end direct payment and price support. These neoliberal changes to the agri-food system were founded in market competitiveness, comparative advantage, and improved market share, shunning traditional models of market protection, state assistance, and export promotion. The paradigm of agricultural production in the EU that formed after the WTO policy reforms of the early 1990s is known as “multifunctional agriculture”. Multifunctional agriculture incorporates a

strong moral grounding in sustainable production that elevates maintaining environmentally and economically stable rural communities over potentially disruptive intensive production practices. Multifunctionalism argues that agriculture has multiple functions in both the economic and traditionally noneconomic realms. One of the aims of the EU's multifunctional model is to use agriculture to maintain rural landscapes, protect biodiversity, generate employment, and contribute to the viability of rural areas in addition to food production. However, multifunctionality has been highly contested within international discourses on global agricultural policy with critics arguing that it is an exeptionalist excuse for continued agricultural protectionism due to its continued use of certain forms of subsidies .

For others, multifunctionality is a form of resistance to continued trade liberalization and an important step towards incentivizing more sustainable forms of agricultural production and trade. In its Agenda 2000 report, the European Commission explained why CAP subsidies are aimed towards promoting a successful multifunctional agricultural model. The fundamental difference between the European model and that of our main competitors lies in the multifunctional nature of agriculture in Europe and the role it plays in the economy and the environment, in society, and in the conservation of the countryside. Proponents view the principle of multifunctionality as a novel approach to developing a more holistic agricultural system that incorporates social and environmental concerns into agricultural policies. Farmers are envisioned as stewards of public goods, acting as custodians of rural landscapes and the environment. The multiple functions that are served through multifunctional production exist in several different groups. These groups include:

- "Green functions: landscape management and the upkeep of landscape amenities, wildlife management, the creation of wildlife habitat and animal welfare, the maintenance of biodiversity, improvement of nutrient recycling and limitation of carbon sinks;
- Blue services: water management, improvement of water quality, flood control, water harvesting and creation of (wind-) energy;
- Yellow services: the role of farming for rural cohesion and vitality, ambience and development, exploiting cultural and historical heritages, creating a regional identity and offering hunting, agro-tourism and agro-entertainment; and
- White functions: food security and safety".

The movement of many of the countries in the European Union towards multifunctional agriculture also corresponds with the European tradition of cooperation, even as the definition of cooperation differs depending on the cultural, economic, historical, and political legacies of each member state. As Europe recovered from the devastation of World War II, cooperation was key to ensuring a peaceful and prosperous

future for the continent. APCs became a centerpiece in the Common Agricultural Policy (CAP) of the European Community because the Community wanted more integration and cooperation between member states concerning their individual agricultural policies. The Treaty of Rome, which was signed in 1957 and established the CAP, gave rise to the possibility for representation and influence of farmers and farming experts on CAP provisions. With the support of the European Commission, the Committee of Professional Agricultural Organizations (COPA) and the General Committee for Agricultural Cooperation in the European Union (COGECA) were formed in 1958 and 1959 as representative organizations aimed at supporting the interests of APCs and farm workers at the EC level (COGECA, 2010). Today, COPA and COGECA remain the two largest agri-cooperative and farmer lobbying organizations in the EU.

The inclination towards cooperative participation in Europe remained strong as the European Community morphed into the set of supranational and intergovernmental institutions that presently make up the European Union. The current macro view of how APCs are faring in the EU today can be observed by looking at the market share that APCs hold in a specific agricultural sector or across all sectors. In 2010, the average market share of APCs in the EU was around 40% across all agricultural sectors, with APCs in some countries achieving over 50% market share across all agricultural sectors (Bijman & Iliopoulos, 2014). According to the 2015 COGECA document, COPA and COGECA currently represent 70 national farming and cooperative organizations at the EU level and 22,000 farmers' cooperative organizations across the continent. In 2015, Cooperatives Europe reported that the European Union contained over 51,392 APCs with over 9,592,704 members, 675,566 employees, and over 347 € billion in annual turnover in the cooperative agricultural sector. The turnover in the cooperative agricultural sector was 39.34 % of the total turnover from all sectors cooperative enterprises . The Cooperatives Europe document also notes that from 2011 – 2012, the turnover

of the top 100 performing APCs represented by COGECA increased by 4% and by 14% from 2012–2013 (Levitt, 2017).

Table 1: Selected General Data on Agri-cooperatives in the EU

Member States	Total number of Cooperatives	Total number of Members	Turnover Million Euro
Germany	2 400	1 440 000	67 302
Spain	3 844	1 179 323	25 696
France	2 400	858 000	84 350
Italy	5 834	863 323	34 362
Hungary	1 116	31 544	1 058
Total EU -28	21 610	6 276 248	347 021

European Union (EU) countries shows that they have a cooperative tradition for a long time. But it differs from the origin. But even in dairy there are large differences between Germany France Austria and Denmark versus France and. Differences are even bigger if one looks to sectors like sugar (e.g. Belgium versus France and the Netherlands) or olive oil (Italy versus Spain). In a nutshell, cooperative development in Europe is sometimes characterized by successful internationally oriented investor owned firms (IOF) types of businesses in North-western Europe, and more traditionally and social oriented, struggling with internal governance issues, in the Mediterranean countries. Cooperative development is rather problematic in New Member States due to the socialist heritage and a lack of trust and leadership skills; and although it is tempting to use stereotypes, the description in this chapter shows that the reality for policy makers is more complex. The stereotypes are outright wrong for many cooperatives - especially for many successful cooperatives in the South and East of Europe. It seems that there are quite diverse national issues and challenges.

2.1. Selected Sectors

The details of the Common Agricultural Policy require not only a knowledge of its current configuration but also a knowledge of the CAP reforms over the past two decades to fully understand its impact and trajectory. Understanding the way that CAP is organized and the ever-changing policy instruments at its disposal is necessary to build an informed understanding of how the policy defines and affects APCs. In the context of the CAP, agricultural cooperatives are legally codified as “voluntary agricultural producer organizations” (POs) which the European Commission has committed to support through the development of a policy environment that promotes POs . A common definition of a PO is: “a rural business, owned and controlled by producers, and engaged in collective marketing activities… Thus, in a broad sense, POs are, like cooperatives, user-owned, user-controlled, and user–benefit organizations”. The term “producer organization” is the way in which APCs are defined and codified in EU law, although there are distinct differences in how POs function in practice. POs deal much less with the processing of members’ products but instead engage in the joint marketing and sale of members’ products. POs in the fruit and vegetable (F&V) sector are the only POs financially supported by CAP. EU legislation was passed to support POs in the dairy sector in 2012 and in other sectors in 2014, signaling that growth in the F&V sector has led to increased EU support of POs in other sectors (Prior to 2007, the prevalence of small F&V farms that lacked the capacity to consolidate and realize a larger production capacity was observed and noted by EU officials. Since the 2007 CAP reforms to the Common Market Order (CMO) which aimed to support farmers who were members of POs in the F&V sector, new provisions focusing on supporting them yielded increases in cooperative development and participation. Financial support of F&V POs has largely been a test to see if increased cooperative participation could be fostered through incentivizing production in specific sectors. One example of increased cooperative participation was in the case of Italian F&V POs. POs in this sector utilized a new CAP co-financing scheme that allowed the POs to co-finance investments with CAP funds, especially investments aimed at product marketing support. These F&V POs performed much better than APCs in other sectors that were only supported by national law without EU financial support. In Italy, they reached a 33% market share of the overall F&V sector while POs in other sectors only made up 4% of the market. Additionally, reforms of CAP in 1996 to the F&V CMO created new subsidies which helped to spur the development of new POs. These reforms broadened the definition of POs which allowed POs that existed in various other legal forms before 1996 to access these subsidies . EU legislation in 2007 that allowed EU-recognized POs to expand into the hops, olive oil, table olives, and silkworm sectors legally recognized farmers in these sectors with the express directive that these organizations should focus on:

(i) concentrating supply and marketing the product of the members;

(ii) adapting production jointly to the requirements of the market and improving the product;

(iii) promoting the rationalization and mechanization of production (Bijman et al., 2012).

Additionally, legislation in 2012 opened the dairy sector to the concept of POs, allowing farmers to use POs to collectively negotiate contract terms such as the price of raw milk. However, neither of these legislative changes mandate mutual ownership or democratic governance of POs as is outlined in EU law for POs in the F&V sector, meaning that the only POs currently recognized by the EU that can be classified as true APCs are those in the F&V sector (Bijman et al., 2012). The variation in cooperative development across the EU signals that while both POs and APCs flourish in some parts of the EU based on current CAP programs, if the EU seeks a more evenly distributed development of POs and APCs, its policies towards POs and APCs must take into account the varying cultural, economic, historical, and political legacies that exist in different member states. The success of the F&V PO program indicates that expanding financial support into sectors that presently have less membership density and lower percentages of market shares of cooperatively produced goods would be beneficial to bolster sectoral cooperative participation. Lissowska's study "The deficit of cooperative attitudes and trust in post-transition economies" adds to the "propaganda of individual success" argument by suggesting that countries which were making the transition from communism to market economies based their transitions off the idea that "self-interested individuals competing in the market would provide the best economic results" (Lissowska, 2012). Lissowska argues that trust and cooperation were not part of the original transition plans 20 years ago and because of this, the current state increased trust and cooperation found across the EU is largely absent in post-transition countries. Through qualitative research, Lissowska's study indicates that "post-transition societies still constitute a relatively homogenous group and are different from the others from the point of view of level of trust and type of social engagement," a conclusion which helps to explain the lesser degree of cooperative development seen in many Central and Eastern European post-Soviet and post-Yugoslavic countries (Lissowska, 2012). In Mediterranean and Southern European countries, the literature linking historical and socioeconomic determinants to different measures of cooperative development are sparse. However, studies have identified key problems that explain why Mediterranean and Southern European countries produce less efficiently through APCs. In the case of Greece, government interference in the affairs of cooperatives has made Greek APCs into some of the least productive in the EU, with Greek Agricultural Producer Cooperatives (APC) producing less value per APC than in any other country (Iliopoulos & Valentinov, 2012). In the 1980s and 1990s, APCs in Greece were courted by major political parties to try and gain the support of their leaders and members. During this same period, farmers began joining APCs not because of the benefits that they provided economically, but because being a member of a cooperative helped farmers gain access to politicians. APCs became more effective as political tools than as businesses because farmers represented around 20% of the electorate. When global competition was increasing and commodity prices began to decrease in the 1990s and 2000s at the same time as the EU halted its use of direct subsidies to support farms, leaders of APCs became increasingly unable to protect the incomes of farmers, a problem which was never fully remedied (Iliopoulos & Valentinov, 2012). In the case of Spain, Italy, and Portugal in the olive oil sector which have achieved national APC market shares of 70%, 5%, and 35% respectively, all three have gradually seen their share of the market diminish (Bijman et al., 2012). This could be due to a general lack of integration between producers and downstream processing activities such as bottling. The federated structure of two-tier cooperative systems used in Spain where "first-tier" olive APCs send their olives to "second-tier" APCs which then extract, bottle, and brand the oil seems to be more inefficient than other more integrated approaches, though Spanish olive oil APCs probably make up for some efficiency by being larger than the average APC in other Mediterranean and Southern European countries (Bijman et al., 2012). The CMO for fruit and vegetables, which provides financial incentives for fruit and vegetable POs, has been effective in some Mediterranean and Southern European member states, with both Spanish and Italian APCs maintaining around 50% of the fruit and vegetable market (Bijman et al., 2012). While some agricultural sectors have seen positive growth for APCs, other sectors face difficulties, making it hard to point to specific issues that member states collectively face across the board.

2.1.1. Dairy

Dairy cooperatives in Europe perform quite well. In thirteen EU-countries they have a share of more than 50% of the market (measured in milk volume collected at the first-handling and processing stages). Exceptions are found with some smaller producers (Portugal, Malta, and Slovakia). In the Scandinavian countries (Sweden,

Denmark, Finland) and in Ireland and Austria market shares exceed the 90%-level. In almost all EU Member States, the cooperative market share has increased in the decade 2000–2010. Almost half of the dairy cooperatives also supply inputs to their members (especially in Ireland, France, Portugal, and the Czech Republic). About 20% of the dairies also supply credit to their members. More than 25% of the cooperatives are also producers of milk (e.g., in Estonia, Spain, Slovakia and Romania). In most western and northern regions of Europe production is organized on private farms while dairies focus on processing and marketing (Wijnands, et al**.,** 2017)

2.1.2. Olive Oil and Table Olives

Olive oil is a typical product of the Mediterranean basin, where more than 90% of the global production takes place. After olive oil is extracted, if the mill is owned by a farmers' cooperative, the olive oil is stored in tanks maintained by the cooperative. Members can either agree to sell this olive oil in bulk collectively or individually. Unless the cooperative bottles and sells branded olive oil, usually marketing channels are only vaguely known in advance.

The position of cooperatives in the olive oil producing countries is different. In Italy the cooperatives were not able to create significant added value to the product and, consequently, their market share dropped (from 13% in 2000 to 5% in 2010). Spanish cooperatives still have the highest market shares (70%) but, as well as in Italy and Portugal (from 35% in 2000 to 30% in 2010) they are losing market share. Greek numbers for 2010 are not available, but in 2000 cooperatives` market share was 60%(Borst 2017).

2.1.3. Sugar

Cooperatives are strong in processing and also in marketing of branded products. For the Netherlands (100%), France (62%), Hungary (30%), and Spain (28%) cooperatives play an important role The Western European cooperatives all are large organizations; the average number of members is 7,000 and turnover is counted in billions. Processing and marketing is their most important activity, while only a few cooperatives provide other services to their members, besides advisory. While access to the cooperatives is often restricted, the cooperatives also process sugar beets from non-members. (Filippi et al., 2012).

2.1.4. Cereals

Cereals are an output for many (arable) farmers, but also a component of (concentrated) feed for livestock farmers. This not only complicates the data gathering on cereal cooperatives, it also means that in a lot of regions where livestock is a prominent agricultural activity, cooperatives dealing with cereals have a heterogeneous membership and transfer cereals from one group of members to the others. For the farm input and marketing cooperatives (often of the Raiffeisen type) the cereal business is one of the most important business activities, as measured by proportion of turnover..

The performance of cooperatives as measured by market share is quite good. Strong market positions can particularly be found in the Scandinavian and West-European countries. In the last decade cooperatives have been able to increase their shares of the market. Larger cereal marketing cooperatives and feed cooperatives entered a number of foreign countries (in particular the East European region became an investment area for German, Dutch and Scandinavian cooperatives) by acquisition of local companies, by franchising, or by merger.(Höhler and Külh, 2017).

Table 2: Cooperative market shares in 5 sectors of Selected Member States

EUMembers	Dairy	Pig Meat	Fruit & Vegetable	Sugar	Cereals
Finland	97	81	-	40	49
France	55	84	35	62	74
Italy	42	-	50	20	27
Netherland	90	-	95	100	55
Malta	91	100	20	-	-
Germany	65	40	20	-	50
Spain	40	25	50	28	35

Sweden	100	51	70	-	-
Avarage EU	57	27	42	27	34

Ajates Gonzalez, R. (2018). Farmers' Cooperatives and Sustainable Food Systems in Europe. London: Routledge.

3. CONCLUSION

The inclination towards cooperative participation in Europe remained strong as the European Community morphed into the set of supranational and intergovernmental institutions that presently make up the European Union. The current macro view of how APCs are faring in the EU today can be observed by looking at the market share that APCs hold in a specific agricultural sector or across all sectors. In 2010, the average market share of APCs in the EU was around 40% across all agricultural sectors, with APCs in some countries achieving over 50% market share across all agricultural sectors. According to COGECA documents, COPA and COGECA currently represent 70 national farming and cooperative organizations at the EU level and 22,000 farmers' cooperative organizations across the continent. In 2015, Cooperatives Europe reported that the European Union contained over 51,392 APCs with over 9,592,704 members, 675,566 employees and over 347 € billion in annual turnover in the cooperative agricultural sector. The turnover in the cooperative agricultural sector was 39.34% of the total turnover from all sectors cooperative enterprises. The Cooperatives Europe document also notes that from 2011 – 2012, the turnover of the top 100 performing APCs represented by COGECA increased by 4% and by 14% from 2012–2013. Although these macro statistics paint a positive picture of APCs in the EU, and while some member states have cooperative agricultural sectors with high shares of the market, the cooperative agricultural sectors of other member states are sometimes much less developed. In 2010, while Finland, Denmark, Sweden, Ireland, the Netherlands, France, and Austria all had cooperative agricultural sectors with market shares of over 50% over eight distinct sectors, other countries had much lower market shares across the same sectors or only had strong percentages in a few sectors.

Producer organizations, primarily in the form of agricultural cooperatives, are crucially important business organizations for European farmers. Most farmers are members of at least one cooperative, and even non-members trade with them or benefit from the presence of cooperatives in particular markets. However, this fact is not much prevalent in agricultural statistics and research, and only partly addressed in agricultural policy, with the exception of the CMO in fruit and vegetables and the reform of the dairy policy.

Cooperatives can be considered as a substitute for the market but they are not fully vertically integrated firms that replace a market where transaction costs are too high. Cooperatives are typically hybrid governance structures (Menard, 2007). This means that cooperatives combine elements of markets (like the price that continues to play its motivational role in the transaction between farmer and cooperative) and hierarchy (like the ownership relationship between members and the cooperative firm).

A cooperative is a user-owned, user-controlled and user-benefitted organization. However, joint ownership and joint control of farmers over firms downstream in the food chain is not limited to cooperatives. Other companies with other legal forms may also be owned and controlled by farmers, often through producer organizations or farmer unions. However, in these cases there is not direct user control. The membership includes farmers supplying to the jointly-owned firm, but may also include many other farmers who do not transact with that firm. A farmer-owned IOF is more likely to pursue the interests of a whole farming community than the interests of a narrowly defined group of users.

Whether farmers are better off being members of a cooperative or being contract partners of an IOF is not ideologically or politically determined but depends on the particular characteristics of the product, the farm and the market. Also, farmers have differential preferences as to cooperative membership. The benefits of cooperatives, in terms of improved farmer bargaining position in the food chain, vary with time, place, technology, scale of farming, and human and social capital available.

REFERENCES

Ajates Gonzalez, R. (2018). Farmers' Cooperatives and Sustainable Food Systems in Europe. London: Routledge.

Bijman, J., Hendrikse, G. and A. van Oijen (2012). Accommodating two Worlds in one Organization: Changing Board Models in Agricultural Cooperatives. Managerial and Decision Economics, forthcoming.

Bijman, J., and Iliopoulos, K., (2014). Farmers' Cooperatives in the EU: Policies, Strategies, and Organization. Annals of Public and Cooperative Economics, 85(4), 497-508

Borst, A. (2017). Agricultural Production Cooperatives in the EU: Explaining Variation in Cooperative Development. Undergraduate thesis, under the direction of John Green from Sociology and Anthropology, The University of Mississippi.

Cook, M.L. (2012). "One hundred years of academic output in peer reviewed journals: the evolution of cooperative research and the way ahead." Invited paper presented at the International Conference "Cooperative Responses to Global Challenges," Humboldt University of Berlin, Germany, 21-23 March 2012.

COPA-COGECA (2015). Development of Agricultural Cooperatives in the EU. 2014. Brussels

EP, (2011). The CAP towards 2020: meeting the food, natural resources and territorial challenges of the future. 6 Report No. A7-0202/2011, Committee on Agriculture and Rural Development, European Parliament.

EP, (2016). Research for Agri Committee – CAP Reform Post-2020 - Challenges in Agriculture. Report No. PE 585.898, Report requested by the Committee on Agriculture and Rural Development, European Parliament.

European Commission, (2013). Overview of CAP Reform 2014-2020. Agricultural Policy Perspectives Brief No. 5, European Commission.

European Commission, (2017). Outcome of the public consultation 'Modernising and simplifying the CAP'. Directorate-General for Agriculture and Rural Development, European Commission.

EU SCAR (2012). Agricultural Knowledge and Innovation Systems in Transition – A Reflection Paper, Brussels.

Filippi, M. , Kühl, R., Smit, B., (2012). Support for Farmers' Cooperatives. Case Study Report: Cosun, Südzucker/Agrana, Tereos and differences in internationalisation of sugar cooperatives. Wageningen: Wageningen UR.

HÖHLER, J. and KÜHL, R. (2017). Dımensıons of Member Heterogeneıty in Cooperatıves and Theır Impact on Organızatıon, Annals of Public and Cooperative Economics.

Iliopoulos, C., Valentinov, V. (2012). Opportunism in Agricultural Cooperatives in Greece. Outlook on Agriculture, 41(1): 15–19

Levitt S., Bryceson S., van Mierlo F. (2017) The EU Institutions. In: Bitonti A., Harris P. (eds) Lobbying in Europe. Palgrave Macmillan, London

Lissowska, M. (2012). The deficit of cooperative attitudes and trust in post-transition economies. Paper presented at the 16th Annual Conference of the International Society for New Institutional Economics, California, June 14–16, 2012.

Ménard, C. (2007). Cooperatives: Hierarchies or Hybrids? In: Karantininis, K. & Nilsson, J. (eds.) Vertical Markets and Cooperative Hierarchies; The Role of Cooperatives in the Agri-Food Industry Dordrecht: Springer, pp. 1-17.

Soboh, R., Oude Lansink, A. & Van Dijk, G.(2012). Efficiency of Cooperatives and Investor Owned Firms Revisited. Journal of Agricultural Economics, 63, 142-157.

Wijnands, J. H.M., Bijman J., Tramnitzke T., (2017). Analyses of the Functioning of Milk Package provisions as regards Producer Organisations and collective negotiations, JRC Techinical Reports, European Commission.

Yugoslavya'nın Yıkılışında Sırp Milliyetçiliğinin Rolü

Doç. Dr. Caner Sancaktar[1]

[1]Kocaeli Üniversitesi İİBF Uluslararası İlişkiler Bölümü Öğretim Üyesi. E-mail: caner.sancaktar@kocaeli.edu.tr

Özet: Sosyalist Yugoslavya (Yugoslavya Sosyalist Federal Cumhuriyeti), 2. Dünya Savaşı yıllarında Yugoslavya Komünist Partisi / Partizan Ordusu liderliğinde milliyetçiliğe ve faşizme karşı verilen halk kurtuluş savaşı sonucunda kuruldu. Fakat milliyetçilik tam olarak yok edilemedi ve Yugoslavya için sorun olmaya devam etti. Yugoslavya'da en güçlü milliyetçi hareket Sırp milliyetçili idi. 1945 sonrasında parti ve devlet içinde Aleksandar Rankoviç liderliğinde Sırp milliyetçi grubu/hizbi gelişti. Bu yıllarda Sırp milliyetçiliğinin amacı devlet ve parti yönetiminde merkeziyetçiliği arttırmak ve bu yolla Yugoslavya üzerinde Sırp hâkimiyetini güçlendirmek idi. Başkan Tito'nun devreye girmesiyle 1960'ların ikinci yarısında milliyetçi Rankoviç Grubu (Sırp milliyetçi siyasetçiler ve bürokratlar) devlet organlarından ve partiden tasfiye edildi. Bu tasfiye operasyonu Sırp milliyetçiliğini geçici olarak zayıflattı. Fakat 1980'de Tito'nun ölümünden sonra diğer milliyetçi hareketler gibi Sırp milliyetçiliği de hızla toparlandı. Ülke genelinde gelişen milliyetçi hareketlerin hepsi Yugoslavya'nın yıkılmasında ve savaşların yaşanmasında etkili oldu. Bunlardan en etkilisi/güçlüsü Sırp milliyetçiliği oldu. 1980 sonrasında Sırp milliyetçiliğinin liderliğini Slobodan Miloşeviç üstlendi. Miloşeviç liderliğinde güçlenen Sırp milliyetçiliğinin nihai amacı "Büyük Sırbistan"ı kurmaktı. Böylece Miloşeviç liderliğinde Sırp İrredentizmi gelişti ve 1990'lara gelindiğinde Yugoslavya'nın yıkılmasında önemli rol oynadı.

Anahtar Kelimeler: Yugoslavya, Sırp Milliyetçiliği, Rankoviç, Miloşeviç, Sırp İrredentizmi.

1. GİRİŞ

Bu bildirinin amacı Sosyalist Yugoslavya'nın yıkılışında Sırp milliyetçiliğinin rolünü ortaya koymak ve eleştirel biçimde analiz etmektir. Bu amaçla 2. Dünya Savaşı sonrasında Yugoslavya Komünist Partisi ve devlet yönetimi içinde gelişen Rankoviç Grubu/Hizbi, 1980 sonrasında Sırp milliyetçi lider Miloşeviç'in yükselişi ve Sırp İrredentizmi (Büyük Sırbistan projesi) incelenip açıklanacaktır.

Yugoslavya Sosyalist Federal Cumhuriyeti (YSFC) 2. Dünya Savaşı yıllarında faşist Alman-İtalyan işgaline ve yerli milliyetçi-faşist örgütlere karşı yapılan mücadele sonucunda kuruldu. Yugoslavya Komünist Partisi (YKP) liderliğinde oluşturulan Partizan Ordusu, savaş sonunda hem ülkeyi Alman-İtalyan işgalinden kurtarmayı başardı hem de milliyetçi-faşist Hırvat Ustaşa ve Sırp Çetnik kuvvetlerini yenilgiye uğrattı. Böylece Sosyalist Yugoslavya milliyetçiliğe ve faşizme karşı yapılan halk kurtuluş savaşı ve siyasal mücadele sonucunda kuruldu. Savaş sonrasında kurulan yeni Sosyalist Yugoslavya'da âdemimerkeziyetçi federal sistem uyguladı. Âdemimerkeziyetçi federal sistem çerçevesinde altı federe cumhuriyet (Sırbistan, Hırvatistan, Bosna-Hersek, Slovenya, Makedonya, Karadağ) ve iki özerk eyalet (Sırbistan'a bağlı Kosova ile Voyvodina) oluşturuldu. Cumhuriyetlere birlikten (YSFC'den) ayrılma hakkı dâhil olmak üzere geniş yetkiler verildi. İki özerk eyaletin ise, birlikten ayrılma hakkı olmamakla birlikte kendi özerk yasama, yürütme ve yargı erkleri mevcuttu. Bunlara ilaveten sosyalist rejim, ülkedeki milletlere ve milli azınlıklara anadilde eğitim dâhil olmak üzere geniş kültürel haklar ve özgürlükler sundu.

Kurucu Başkan Tito ve sosyalist rejim, söz konusu âdemimerkeziyetçi federal düzenleme yoluyla ülkedeki milletleri ve azınlıkları hoşnut kılmayı, milletler arası "gönüllü birlik/bütünleşme" sağlamayı ve böylece ayrılıkçı milliyetçiliği engellemeyi amaçlıyordu. Bu amaç, Tito'nun ve YKP'nin meşhur "Bratstvo i Jedinstvo (Kardeşlik ve Birlik)" sloganında özetlenmişti. Fakat âdemimerkeziyetçi federal sistem ve "gönüllü birlik/bütünleşme" siyaseti milliyetçiliği ortadan kaldırmaya yetmedi. Ülkedeki milliyetçi gruplar/hizipler ve siyasetçiler devlet ve parti (YKP) içinde varlıklarını devam ettirmeyi başardılar. Kurucu Başkan Tito'nun 1980'de ölümü sonrasında milliyetçi grupların ve siyasetçileri güçleri hızla arttı ve milliyetçi hareketler ülke genelinde yaygınlaştı. Böylece milliyetçi yükseliş 1990'ların başında Sosyalist Yugoslavya'yı parçalayıp yıktı.

Yugoslavya'nın yıkılışının tek sorumlusu Sırp milliyetçiliği değildi elbette. Ülke genelinde güçlenen tüm milliyetçi hareketler ve milliyetçi siyasi liderler Yugoslavya'nın yıkılışında şu veya bu düzeyde rol oynadılar. Bununla birlikte Yugoslavya'daki milliyetçi hareketlerin en etkilisi/güçlüsü Sırp milliyetçiliği oldu. 2. Dünya Savaşı yıllarında Draza Mihailoviç liderliğindeki Sırp Çetnik ordusu Büyük Sırp Krallığı'nı kurmayı amaçlamıştı. Fakat Komünist Partizanlar bu amacın gerçekleşmesini engellediği gibi Çetnik ordusunu yok etti. Draza Mihailoviç başta olmak üzere çok sayıda Çetnik siyasetçi ve komutan idam edildi, kaçmayı başaranlar ise çeşitli ülkelere sığındılar. Böylece Partizanlar/YKP Sırp milliyetçiliğine büyük darbe indirmiş oldu. Ama Sırp milliyetçiliği

tamamen yok edilemedi. Sırp milliyetçileri savaş sonrasında kurulan yeni devlet içinde ve YKP bünyesinde varlıklarını devam ettirmeyi başardılar.

1945 sonrasında parti ve devlet içinde Aleksandar Rankoviç liderliğinde Sırp milliyetçi grubu/hizbi gelişti. Bu yıllarda kısaca "Rankoviç Grubu" olarak adlandırılan Sırp milliyetçi hizbinin amacı devlet ve parti yönetiminde merkeziyetçiliği arttırmak ve bu yolla Yugoslavya üzerinde Sırp hâkimiyetini güçlendirmek idi. Tito'nun devreye girmesiyle 1960'ların ikinci yarısında Rankoviç Grubu (Sırp milliyetçi siyasetçiler ve bürokratlar) devlet organlarından ve partiden tasfiye edildiler. Bu tasfiyeler Sırp milliyetçiliğini geçici olarak zayıflattı. Fakat 1980'de Tito'nun ölümünden sonra diğer milliyetçi hareketler gibi Sırp milliyetçiliği de hızla toparlanıp güçlendi.

1980 sonrasında Sırp milliyetçiliğinin liderliğini Slobodan Miloşeviç üstlendi. Miloşeviç liderliğinde güçlenen Sırp milliyetçiliğinin nihai amacı "Büyük Sırbistan"ı kurmaktı. Böylece Miloşeviç liderliğinde Sırp İrredentizmi gelişti ve 1990'larda harekete geçti. Aslında bu, 2. Dünya Savaşı yıllarındaki Sırp Çetnik hareketinin, 1980 sonrasında Miloşeviç liderliğinde dönemin yeni koşullarına göre yeniden ortaya çıkmasıydı. Böylece Sırp milliyetçiliği 1990'lara gelindiğinde YSFC'nin yıkılmasında ve savaşların yaşanmasında önemli rol oynadı.

2. RANKOVİÇ GRUBU

YKP'nin önde gelen yöneticilerinden birisi Sırp siyasetçi Aleksandar Rankoviç (1909-1983) idi. 1937'de Tito'nun YKP Genel Sekreteri olmasıyla birlikte Rankoviç, Tito tarafından YKP Merkez Komitesi'ne alındı. 1966'ya kadar Merkez Komite üyesi olarak parti içinde son derece etkili oldu. 2. Dünya Savaşı yıllarında Rankoviç, Merkez Komite Organizasyon Sekreteri ve Güvenlik Sorumlusu olarak görev yaptı. Savaş sonrasında ise, 1945-1963 döneminde İçişleri Bakanlığı ve Başbakan Yardımcılığı ve 1963-1966 döneminde YSFC Başkan Yardımcılığı yaptı. Rankoviç, Sırbistan Komünist Partisi'nin ve Sırpların siyasal lideri konumundaydı. 1945 sonrasında kurulan yeni Sosyalist Yugoslavya'da Sırp milliyetçiliğinin liderliğini Rankoviç üstlendi. Rankoviç, kendisi gibi milliyetçi siyasetçileri ve bürokratları bir araya getirerek parti ve devlet içinde ayrı bir grup/hizip oluşturdu. Rankoviç Grubu'nun temel amacı, devlet ve parti yönetiminde merkeziyetçiliği arttırmak yoluyla Sırbistan'ın ve Sırp bürokrasisinin Yugoslavya genelinde hakimiyetini/kontrolünü arttırmak idi. Özellikle de merkeziyetçiliğin güçlendirilmesi sayesinde Kosova, Sancak ve Bosna-Hersek üzerinde Sırp hakimiyetini arttırmayı amaçlıyordu. (Barnett, 2006: 116-121 ; Zaninovich, 1970: 149-150).

8. YKP Kongresi 1964'te Belgrat'ta toplandı. Kongrede üç temel konu gündeme alındı: Özyönetim, ekonomik problemler ve milletler meselesi. Kongrede iki rakip rapor tartışıldı: YSFC Başkan Yardımcısı Rankoviç'in raporu ile Sloven siyasi lider Edvard Kardelj'in raporu. Sırp Rankoviç Raporu, merkeziyetçiliğin ve devletçiliğin güçlendirilmesi gerektiğini savunurken, Sloven lider Kardelj'in raporu ise âdemimerkeziyetçiliğin ilerletilmesini ve devletçiliğin azaltılmasını savundu. Sert geçen tartışmaların sonunda kongrede aşağıdaki temel kararlar alındı (Osmi Kongres Saveza Komunista Jugoslavije, 1965: 230-234, 378-386):

- YKP, sosyalist özyönetimin tam anlamıyla gerçekleşebilmesi için çalışmalıdır.

- Gelişmiş bölgeler ile azgelişmiş bölgeler arasındaki farkı kapatmak için azgelişmiş bölgelere yardım eden fonlar kurulmalıdır.

- Federe Cumhuriyetlerin ve ulusların ekonomik bağımsızlıkları ve özyönetimleri güvence altına alınmalıdır.

- Devletçilik-bürokrasicilik tarafından beslenen milliyetçiliğe karşı mücadele edilmelidir. Bu amaçla âdemimerkeziyetçilik arttırılmalı ve devletçilik (devlet müdahalesi) azaltılmalıdır.

- YKP'nin cumhuriyet ve eyalet kollarının yetkileri/özerkliği arttırılmalıdır.[1]

- Yugoslav kimliği ve kültürü geliştirilmelidir. Bu hedefe baskı ve asimilasyon yöntemleri ile ulaşılamaz. Ortak Yugoslav kimliği ve kültürü ancak milletler, kimlikler ve kültürler arasında gönüllü işbirliği yoluyla olgunlaşabilir.

[1] YSFC'de tek partili sistem mevcuttu. Sistemin tek hâkim partisi Yugoslavya Komünist Partisi (YKP) idi. YKP bünyesinde sekiz bölgesel Komünist Parti vardı: Hırvatistan, Sırbistan, Bosna-Hersek, Slovenya, Makedonya, Karadağ, Kosova ve Voyvodina Komünist Partileri. Yani Yugoslavya Federasyonu'nu oluşturan altı federe cumhuriyetin ve iki özerk eyaletin (Sırbistan Cumhuriyeti içinde yer alan Kosova ile Voyvodina'nın) kendi bölgesel komünist partileri vardı. Fakat bölgesel komünist parti yönetimleri YKP kararlarına uymak zorundaydı. Ayrıca YKP Merkez Komitesi bölgesel Komünist Parti yöneticilerini görevden alabiliyor ve partiden ihraç edebiliyordu. (Ayrıntılı bilgi için bkz. Tito, 1982).

Bu kararlar gösteriyor ki, 8. YKP Kongresi âdemimerkeziyetçilik yönünde karar alarak Kardelj Raporu'nu benimsemiş, merkeziyetçiliği-devletçiliği savunan Sırp Rankoviç Raporu'nu ise reddetmiştir. Fakat Rankoviç liderliğindeki Sırbistan Komünist Partisi, merkezi yönetimin güçlendirilmesi yönündeki ısrarını devam ettirdi. Bu durum, âdemimerkeziyetçiliği savunan Hırvatistan ve Slovenya ile merkeziyetçiliği savunan Sırbistan arasında siyasi krizin doğmasına neden oldu. (Jancar, 1976: 209).

Bu rekabet ortamında Başkan Tito, merkeziyetçilere karşı âdemimerkeziyetçileri destekledi. Tito, Rankoviç'i ve merkeziyetçi-devletçi hizbi, "emekçi halkın ve özyönetimin düşmanları" olmakla ve "görevini kötüye kullanmakla" suçladı. Çünkü Başkan Tito'ya göre merkeziyetçilik ve devletçilik sosyalist özyönetimin gelişimini engeller. Yapılması gereken, cumhuriyetlere kendi kendini yönetme imkanları vermektir. Çünkü "*eğer cumhuriyetler en geniş özyönetimsel imkânlara sahip olmazlarsa özyönetim normal ve doğru biçimde gelişemez.*" (Tito, 1982: 400).

YKP Merkez Komitesi 1 Temmuz 1966'da Brioni adasında toplandı. Toplantıda Rankoviç ve Gizili Polis Teşkilatı Başkanı Svetislav Stefanoviç, (a) görevini kötüye kullanmakla, (b) şahsi menfaat sağlamak, (c) Gizli Polis Teşkilatı'nı kullanarak üst düze yöneticiler hakkında yasadışı istihbarat toplamakla ve (ç) Kosova'daki Arnavut sivillere karşı yasadışı kötü muamelede bulunmakla suçlandı. Suçlu bulunan Sırp siyasi lider Rankoviç, partiden, Federal Meclis'ten ve YSFC Başkan Yardımcılığı görevinden alındı. "Rankoviç'in sadık adamı" olarak bilinen Sırp polis şefi Stefanoviç ise, Federal Yürütme Konseyi'nden, Federal Meclis'ten ve Gizili Polis Teşkilatı Başkanlığı görevinden alınarak cezalandırıldı. (Zaninovich, 1970: 149-150 ; Barnett, 2006: 116-121 ; Hondius, 1968: 321-322).

4 Ekim'de başkent Belgrat'ta toplanan YKP Merkez Komitesi, "Büyük Sırbistan Şovenizmi"ne karşı ortak mücadele etme, Yugoslavya içinde yaşayan milletler ve cumhuriyetler arası iyi ilişkiler geliştirme ve bu amaçla YKP içinde özel bir komisyon oluşturma kararı aldı. (Hondius, 1968: 322).

Çok sayıda yasadışı olaylara adı karışan ve büyük ölçüde Rankoviç Grubu tarafından kontrol edilen Gizli Polis Teşkilatı lağvedilip yerine Devlet Güvenlik Servisi (Sluzba Drzavne Bezbednosti) oluşturuldu. Ayrıca Sırbistan Komünist Partisi içinde Rankoviç'i destekleyen "radikaller" görevden alındı, bunların yerine "ılımlı" isimler atandı. Parti Merkez Komite Başkanlığı'na Marko Nikeziç (diplomat, Dışişleri Bakanı) ve Parti Yürütme Komitesi Başkanlığı'na Latinka Peroviç getirildi. Böylece Sırbistan Komünist Partisi içinde Rankoviç Grubu tasfiye edildi. (Rusinow, 1977: 256-257).

Rankoviç Grubu'nun tasfiyesi, Sırp kamuoyunda "*Sırplara karşı Hırvat-Sloven komplosu*", "*Sırpların yenilgisi*", "*Hırvat-Sloven hizbinin galibiyeti*" şeklinde yorumlandı. (Jelavich, 2006: 422-423). Rankoviç Grubu'nun tasfiyesi neticesinde parti-devlet organlarında merkeziyetçi-devletçi unsurların gücü kırılmış oldu ve böylece âdemimerkeziyetçi reformların/politikaların önü açıldı. (Barnett, 2006: 124). Ayrıca demokratikleşme yolunda önemli adımlar atıldı: Kamuoyunda parti kararlarına yönelik eleştiriler arttı/serbestleşti, partiyi eleştiren gazete ve dergi yayınları fazlalaştı, anti-Sosyalist yönelimli gazete ve dergilerin yayınlanmasına müsaade edildi ve YKP içinde ideolojik çeşitlilik önemli ölçüde arttı. Böylece parti içinde "*açık ve görece özgür tartışma ve eleştiri atmosferi*" ortaya çıkıp gelişti. (Rusinow, 1977: 256 ; Paleshoutski, 1992: 106).

3. MİLOŞEVİÇ VE SIRP MİLLİYETÇİLİĞİNİN YÜKSELİŞİ

Tito ve Yugoslav komünistleri siyasal yaşamları boyunca milliyetçiliğe karşı mücadele ettiler. Çünkü Tito ve komünist yoldaşları, milliyetçiliğin Yugoslavya için ölüm olduğunu biliyorlardı. Nitekim YSFC, Tito'nun önderliği altında komünistlerin milliyetçiliğe karşı yaptıkları büyük savaş ve siyasal mücadele sonucunda kurulmuştu. Eğer 2. Dünya Savaşı yıllarında yaşanılmış olan iç savaşı komünistler kazanmasaydı savaş sonrasında Yugoslavya kurulamazdı. Yugoslavya'nın yaşaması da milliyetçiliğin engellenmesi sayesinde olabilirdi ancak. Ülkedeki en güçlü ve Yugoslavya için en yıkıcı iki milliyetçi hareket Sırp ve Hırvat milliyetçiliği idi. Çünkü her ikisinin kendi "Büyük Devletlerini" kurma amaçları vardı ve bu nedenle de her ikisi irredentist ve saldırgan karaktere sahipti. 2. Dünya Savaşı yıllarında Hırvat Ustaşa ve Sırp Çetnik orduları bu irredentist saldırganlığı fazlasıyla göstermişlerdi. Bu nedenle Başkan Tito, özellikle Sırp ve Hırvat milliyetçiliğinin güçlenmesini engellemeye çalışmış ve ölümüne dek bunun için özel önlemler almaya gayret etmiştir.

YKP / Partizanlar, Sırp milliyetçiliğine ilk büyük darbeyi 2. Dünya Savaşı yıllarında Çetnik ordusunu yenilgiye uğratarak ve Çetnik lider Draza Mihailoviç'i idam ederek indirdi. Ama savaş sonrasında parti ve devlet içinde Rankoviç liderliğinde Sırp milliyetçileri yeniden örgütlenip güçlendiler. Tito, Sırp milliyetçiliğine ikinci önemli darbeyi, 1960'ların ikinci yarısında Rankoviç Grubu'nu tasfiye ederek gerçekleştirdi. Böylece Sırp milliyetçiliği

zayıflatıldı ve kontrol altına alındı. Ama Tito'nun ölümü sonrasında Sırbistan Komünist Partisi içinde milliyetçiler hızla güçlenip partinin kontrolünü ele aldılar. İşte bu ortamda, Draza Mihailoviç ve Aleksandar Rankoviç'ten sonra üçüncü güçlü milliyetçi lider yükselişe geçti ve Sırp siyasetini domine etmeyi başardı: Slobodan Miloşeviç (1941-2006).

Miloşeviç, milliyetçi söylemi son derece başarılı biçimde kullanan son derece başarılı bir demagog ve hatip idi. Onun milliyetçi demagojisi ve hitabeti, 1980 sonrasında giderek ekonomik kriz içine giren ve böylece yoksullaşan Sırp halkını derinden etkiledi. Ama Miloşeviç bunu tek başına yapmadı. Sırp lider Miloşeviç, Sırp halkını etkilemek, milliyetçileştirmek, yakın gelecekte başlayacak olan savaş sürecine hazırlamak ve elbette kendi siyasal iktidarını sağlamlaştırmak için milliyetçi entelektüelleri, din adamlarını (Sırp Ortodoks Kilisesi'ni) ve Belgrat medyasını büyük ustalıkla kullandı. Böylece 1980'lerde Sırbistan'da Miloşeviç, milliyetçi entelektüeller, Sırp Ortodoks Kilisesi ve milliyetçi medya arasında sıkı bir "milliyetçi cephe" kuruldu. Bu milliyetçi cephe, 1980'ler boyunca sosyalist özyönetim sistemine karşı neoliberal ekonomi reformlarını ve kapitalizme geçiş sürecini savundukları için Batı Avrupa ve ABD tarafından da desteklendi. Yani Batı Avrupa ve ABD, 1980'lerde Miloşeviç'in yükselişinden hiç de rahatsızlık duymadı, tam tersine destekledi. Ayrıca tam da bu yıllarda SSCB'de Gorbaçov liderliğinde devletçi sosyalizmden kapitalizme geçiş süreci başlamıştı. Tüm bu dış gelişmeler Miloşeviç'in yükselişini kolaylaştırdı. Yani 2. Dünya Savaşı yıllarında Draza Mihailoviç'in ve 1945-1966 döneminde Aleksandar Rankoviç'in bulamadığı müsait uluslararası ortamı, 1980'lerde Miloşeviç bulup iyi değerlendirdi. Ülkede yaşanılan ekonomik kriz ve yoksullaşma süreci ise, milliyetçi liderlerin çok sevdikleri "milliyetçi demagoji" için son derece müsait bir ortam sağlamıştı. Üstelik 2. Dünya Savaşı'nda Mihailoviç'i yenip idam etmiş, 1966'da ise Rankoviç'i siyasetin dışına itmiş olan güçlü komünist Tito engeli de yoktu artık Miloşeviç'in önünde… Yani 1980 sonrası iç ve dış ortam, Miloşeviç'in ve Sırp milliyetçiliğinin yükselmesi için son derece müsait idi.

Miloşeviç 1969'dan itibaren Sırbistan Komünist Partisi üyesi idi. 1973'te Sırbistan'ın en büyük enerji şirketi olan *Technogas*'ın genel direktörü ve 1978'de *Beobank* (Belgrat Bank)'ın başkanı oldu. Ekonomi alanında yıldızı parlayan genç teknokrat Miloşeviç, aynı zamanda Sırbistan Komünist Partisi içinde de hızla yükselerek önce 1984'te Belgrat Örgütü Başkanı ve iki yıl sonra Parti Başkanı oldu. Miloşeviç, ilk iş olarak partideki Titoist-komünist muhalifleri uzaklaştırdı. Sırbistan Komünist Partisi'nin tek hâkimi haline gelen Miloşeviç, Mayıs 1989'da Sırbistan Sosyalist Cumhuriyeti'nin Başkanı seçildi. (Allcock vd., 1998: 175-176).

Partide ve Sırbistan'da siyasal iktidarı ele geçiren Miloşeviç, Tito karşıtı ve milliyetçi bir söylem kullandı. Sırbistan Başkanı Miloşeviç, Yugoslavya parçalanma sürecine girerken partinin adını Temmuz 1990'da Sırbistan Sosyalist Partisi olarak değiştirdi ve partisini Marksist-Titoist ilkelerden tamamen koparıp radikal milliyetçiliğe yöneltti. (Cirkovic, 2004: 295).

Miloşeviç liderliğindeki milliyetçi cephenin üç ekonomi-politik amacı vardı: Öncelikle Sırbistan içinde yönetimi merkezileştirmek yani Sırbistan içinde bulunan iki özerk eyaletin (Voyvodina ile Kosova) özerkliğine son vermek. İkincisi; sosyalist özyönetim sistemini tasfiye edip kapitalizme geçiş yapmak. Bu amaçla Miloşeviç, liberal ekonomistleri ve teknokratları içeren bir ekonomi komisyonu oluşturdu. "Miloşeviç Komisyonu" 1988'de neoliberal ekonomi reformu programını devreye soktu. (Woodward, 1995: 106-107). Miloşeviç yönetiminin nihai amacı ise Kosova, Karadağ, Makedonya, Bosna-Hersek ve Hırvatistan'ın Sırp yoğunluklu bölgelerini (Srpska Krajina ile Slavonija) içeren "Büyük Sırbistan"ı kurmaktı. (Lukic ve Lynch, 1999: 155-156).

28 Eylül 1990'da kabul edilen yeni Sırbistan Anayasası, "Sırbistan Sosyalist Cumhuriyeti" adını "Sırbistan Cumhuriyeti" olarak değiştirdi. (Lukic ve Lynch, 1999: 153-154 ; Lane, 2004: 178). Aralık 1990 seçimlerinde Miloşeviç'in partisi oyların %77,6'sını alarak tek başına iktidar olmayı başardı. (Pavkovic, 1997: 119). Miloşeviç, Yugoslavya'nın parçalanması sürecinde hem kendi siyasi gücünü arttırmak hem de Karadağ'a daha kolay hâkim olabilmek amacıyla Nisan 1992'de Karadağ ile birleşerek Sırbistan-Karadağ Federal Cumhuriyeti'ni kurdu. Sırbistan-Karadağ birlikteliği Haziran 2006'ya kadar devam edecek, bu tarihte Karadağ referandum yoluyla Sırbistan'dan ayrılacaktır.

Miloşeviç yönetimi kendi toplumunu milliyetçileştirmek, "Büyük Sırbistan Projesi" doğrultusunda harekete geçirmek ve savaşlara hazırlayabilmek için medya kanallarını "propaganda aracı ve silahı" olarak kullandı. (Vejvoda, 1996: 107). 1987-1990 döneminde Sırp medyasının ana sloganı "birleşik tek Sırbistan" idi. Anti-komünizm, anti-Titoizm ve anti-Yugoslavya propaganda kampanyası Sırp medyasında bir moda haline gelmişti bu yıllarda. (Pavkovic, 1997: 103). Yapılan yalan yanlış yayınlar ile tarih yeniden yazıldı adeta. Milliyetçi propaganda/yalanlar vasıtasıyla diğer milletlere yönelik nefret büyütüldü ve Sırp toplumu üzerinde bir "kitlesel paranoya" durumu yaratıldı. (Letica, 1996: 95).

Miloşeviç'in kontrol ettiği Belgrat medyası, Miloşeviç'i, "Sırp milletinin kurtarıcısı" ve "büyük milli lider" olarak tanıttı ve propagandasını yaptı. Ayrıca gazete ve televizyonda sık sık "Büyük Sırbistan" söylemi / propagandası yapıldı. Miloşeviç, Sırp halkına "Büyük Sırbistan"ı kuracak olan "Büyük Milli Lider" olarak sunuldu. Bu söylem, 1980'li yıllarda ekonomik kriz içinde yaşayan Sırp halkını oldukça cezp etti. Çünkü yüksek enflasyon karşısında yaşam standardı giderek azalan/yoksullaşan halka ve işsizlere, Miloşeviç ve Büyük Sırbistan projesi, bir "kurtuluş kapısı" olarak sunuldu. Christopher Bennett, Miloşeviç'in kontrol ettiği medyanın Sırp toplumu üzerindeki güçlü etkisini şöyle tarif etmiştir:

"*1980'li yıllarda Miloşeviç Sırbistanı'nın medya saldırısı Nazi Almanyası'nın 1930'lu yıllardaki propaganda kampanyasına çok benziyordu. Gerçekten de ana tema – bütün Sırplar tek bir Sırbistan içinde birleşmelidir – aynıydı. Aradaki büyük fark, medyanın 1980'li yıllarda 1930'lu yıllardan çok daha fazla güçlü olmasıydı ve dolayısıyla haberin ve bilginin çarpıtılması kapasitesi, 1980'li yıllarda 1930'lu yıllardakine göre çok daha büyüktü. Hitler siyasal düşüncesini yaymak için basına, henüz bebeklik aşamasında olan filim endüstrisine ve radyo dalgalarına sahipti. Miloşeviç ise kendisinin yeni Sırp milliyetçiliğini televizyon yoluyla Sırbistan'daki her eve gönderme ve sindirme kabiliyetine sahipti.*" (Bennett, 1994: 215).

1980 sonrasında Sırp milliyetçiliğinin tek aktörü Miloşeviç değildi elbette. Dönemin milliyetçi entelektüelleri ve din adamları da milliyetçi yükselişte önemli rol oynadılar. Milliyetçi entelektüeller ve din adamları siyasal arenada Miloşeviç'e destek verdiler. Böylece Miloşeviç, milliyetçi entelektüeller ve Sırp Ortodoks Kilisesi arasında güçlü bir "milliyetçi cephe" oluştu. Bu milliyetçi cephe, eş zamanlı olarak hem Miloşeviç'in siyasal iktidarını güçlendirdi hem de Sırp toplumunu milliyetçileştirdi ve savaşlara hazırladı.

Sırp edebiyatçı-yazar Dobrica Çosiç, 1980'li yıllarda Sırp milliyetçiliğinin manevi ve entelektüel babası oldu. (Silber ve Little, 1995: 32). Çosiç sıkı bir anti-komünist, anti-Yugoslavyacı ve anti-Titoist idi. Çosiç'in iddiasına göre, Tito liderliğindeki Sosyalist Yugoslavya bilinçli olarak Sırp milletini federe cumhuriyetlere ve özerk eyaletlere bölerek parçaladı ve zayıflattı. Dolayısıyla Sırp milleti acilen toparlanmalıdır. Bu ancak tüm Sırpların bir çatı altında (tek bir Sırp devleti içinde) birleşmesiyle olabilir. Tüm Sırplar bunun için mücadele etmelidir. Çünkü Çosiç'e göre, Yugoslavya içinde diğer milletlerle birlikte yaşamak Sırp milletine her hangi bir faydası olmamıştır ve olamaz. Öyleyse Sırplar kendi devletlerini kurup kendi başlarının çaresine bakmalıdırlar. (Banac, 1997: 109).

Çosiç'in de üyesi olduğu Sırp Bilimler Akademisi'nin 24 Eylül 1986'da yayınladığı Memorandum, bu dönemde Sırp milliyetçiliğinin manifestosu haline geldi. Memorandum, Sırpları Yugoslavya içinde bir "kurban millet" olarak tanımladı ve Sırp milli varlığının tehlike içinde olduğunu ileri sürdü:

"Bağımsız Hırvatistan Devleti[2] *dönemi hariç, Hırvatistan'daki Sırplar bugünkü kadar büyük bir tehlike içinde olmamışlardı. Onların ulusal statülerinin çözüme kavuşturulması en öncelikli politik meseledir. Eğer bir çözüm bulunmazsa, sonuç, sadece Hırvatistan içinde değil tüm Yugoslavya için pek çok düzeyde zarar verici olacaktır.*" (Memorandum'dan aktaran Silber ve Little, 1995: 31-32).

> "*Sırplar, elli yıldan az bir süre zarfında birbirini izleyen iki kuşak içinde iki defa fiziksel olarak yok edilmeye, zorla asimilasyona, başka dinlere dönüştürülmeye, kültürel soykırıma, ideolojik dayatmaya maruz bırakılmış ve kendi geleneklerini terletmeye ve reddetmeye zorlanmıştır.*" (Memorandum'dan aktaran Soso, 2002: 180).

Milliyetçi Sırp entelektüellere göre; YSFC içinde "maruz kalınan baskılar"dan ve "kurban millet" pozisyonundan kurtulabilmek için tüm Sırpların güçlü devlet çatısı altında birleşmeleri gerekir. Dolayısıyla "*Memorandum, sistemli bir biçimde Sırbistan karşıtı olarak değerlendirilen Tito politikasının sert bir eleştirisi ve yazarlarına göre, Sırpların uğradığı baskılara karşı Büyük Sırp düşüncesini taşıyan gerçek bir manifesto idi*." (Julliard, 1994: 58-59).

Sırp milliyetçiliğinin bir diğer önemli aktörü Sırp Ortodoks Kilisesi idi. Sırp Ortodoks Kilisesi, Sırp milliyetçiliğinin ruhani liderliğini yaptı. Kilise, dini kullanarak Sırp toplumunu milliyetçileştirdi ve milliyetçi saldırganlığa hazırladı. (Letica, 1996: 104). Sırp Ortodoks Kilisesi, bütün Sırpları ve Sırp topraklarını tek bir Sırbistan içinde birleştirmeyi amaçlayan irredentist Büyük Sırbistan projesinin en büyük destekçilerinden birisi oldu ve bu yolda Miloşeviç iktidarıyla sıkı işbirliği yaptı. (Hadziprodromidis, 2004: 231-232 ; Ramet, 1999: 110-114). Sırp

[2] Bağımsız Hırvatistan Devleti 1941'de Almanya'nın desteğiyle faşist Hırvat Ustaşa örgütü tarafından kuruldu ve 1945'te YKP/Partizanlar tarafından ortadan kaldırıldı. Bağımsız Hırvatistan Devleti bugünkü Hırvatistan ve Bosna-Hersek bölgelerini içeriyordu.

Ortodoks Kilisesi'nin milliyetçi siyaseti, 1989'da bir grup Sırp din adamı tarafından kaleme alınmış olan "milli program"da açıkça ortaya kondu:

> "*Tarih bir kez daha Sırp Devleti ve Sırp Kilisesi'nden hem ülke içinde yaşayan, hem de dünyanın çeşitli yerlerine dağılmış bulunan bütün insanlarını bir araya getirmesini istiyor. Tarih, son bir kez daha bütün lanet olası ayrılıklar ve göçlerimizin üstesinden gelerek, birbirimizi bağışlayarak ve gizlenmiş tuzakları, işlenmiş kardeş cinayetlerini ve ölüm tarlalarını bir yana bırakıp birbirimizle uzlaşma arayarak bu halkın geleceğine hizmet etmemizi istiyor. Tüm Sırpların bugün bilmesi gereken şu: Anavatanın yüksek çıkarları, sahip olduğumuz her türden siyasal ideolojik, bölgesel vb. ayrılıklardan önce gelmektedir.*" (Aktaran Banac, 1997: 110).

4. SIRP İRREDENTİZMİ: BÜYÜK SIRBİSTAN PROJESİ

Buraya kadar yaptığımız açıklamalar gösteriyor ki, 1980 sonrasında yükselişe geçen Sırp milliyetçiliğinin ve Miloşeviç yönetiminin nihai amacı tüm Sırpları ve Sırp topraklarını "Büyük Sırbistan" içinde birleştirmek idi. Bu nedenle Sırp milliyetçiliği saldırgan irredentist karaktere sahipti 1980-2000 döneminde. Bu saldırgan irredentist karakter Haziran 1999'da Kosova'nın kaybedilmesiyle birlikte sona erecektir.

Sırp irredentizminin hedefindeki topraklar Bosna-Hersek, Karadağ, Makedonya, Hırvatistan'ın Sırp yoğunluklu bölgeleri (Srpska Krajina ile Slavonija) ve tabi ki Kosova Özerk Eyaleti idi. Miloşeviç yönetimi ve Sırp milliyetçiliği ilk olarak Kosova sorununu kökünden halletmeye girişti. Amaç Kosova'nın özerkliğine son verip bölgeye tam olarak hâkim olmak ve bölgeyi Sırplaştırmak idi. Bu yıllarda Kosova Komünist Partisi Başkanı Azem Vllasi idi. Miloşeviç, Vllasi'yi devirmek için Kasım 1988'de Priştine'de kitlesel gösteriler düzenledi. Miloşeviç'in resimlerini taşıyan göstericiler, "*Kim söylüyor, kim cesaret ediyor yalan söylemeye Sırbistan küçük diye?*" şeklindeki milliyetçi Sırp marşını söylediler. Gösteriler karşısında daha fazla direnemeyen Vllasi ve ekibi partiden istifa etti; boşalan makamlara Miloşeviç'in adamları yerleştirildi. Sokağa dökülen Vllasi taraftarları ise Sırp polisi ve askeri tarafından şiddetle bastırıldı. (Pavkovic, 1997: 104).

"Ordunun yeniden örgütlenmesi" adı altında Kosova Eyaleti Bölgesel Savunma Güçleri dağıtıldı. (Spegelj, 2001: 15-20). 1989'da anayasası değişikliği yapılarak Kosova'nın özerkliğine resmen son verildi. Akabinde Arnavut kurumlar kapatıldı ve önde gelen Arnavut siyasi liderler ile entelektüeller sınır dışı edildiler. Ayrıca sokağa çıkma yasağı uygulandı. Arnavutların günlük hayatları dahi sıkı "polis denetimi" altına alındı. (Judt, 2009: 804-805).

Böylece merkezi Belgrat yönetimi Kosova üzerinde hâkimiyetini ve baskısını arttırdı. Bu durum, hâlihazırda var olan ayrılıkçı Arnavut milliyetçiliğini daha da kitleselleştirdi ve radikalleştirdi. Baskılar arttıkça radikalleşen Arnavut milliyetçiliği Kosova Kurtuluş Ordusu (UÇK)'nu kurdu ve silahlı mücadele başlattı. ABD ile Batı Avrupa'dan destek alan UÇK ve Sırp ordusu-polisi arasındaki silahlı çatışmalar 1990'ların ikinci yarısında şiddetlendi. Miloşeviç yönetimi Arnavutlara yönelik etnik temizlik uygularken UÇK birlikleri de Sırp sivilleri hedef aldı. Durumdan vazife çıkran ABD-İngiltere-Almanya-Fransa ittifakı, etnik temizliği önleme gerekçesiyle/iddiasıyla NATO'yu harekete geçirip Sırbistan'a hava saldırısı düzenledi. Savaşı kaybeden zayıf Sırp ordusu Haziran 1999'da Kosova'dan geri çekilirken bölgeye NATO ve Batılı devletler girip yerleşti. Böylece Miloşeviç'in Kosova'ya tam hâkim olma ve bölgeyi Sırplaştırma politikası Sırbistan-NATO savaşı ve Kosova'nın kaybedilmesiyle sonuçlandı.

1990'ların başında Hırvatistan'da yaklaşık %12 Sırp yaşamaktaydı. Bunlar güneyde Srpska Krajina ve kuzeyde Slavonija bölgelerinde yaşıyorlardı. Büyük Sırbistan milliyetçiliğinin amacı bu iki bölgeyi Sırbistan'a katmak idi. Bu amaçla bölgede Belgrat destekli Sırp Demokrat Partisi (SDP) kuruldu. Milan Babiç liderliğindeki SDP, Miloşeviç'ten aldığı destekle Aralık 1990'da Krajina Özerk Sırp Eyaleti (ÖSE)'ni ilan etti. Bu ilanı, Doğu Slavonija ÖSE ile Batı Slavonija ÖSE'nin kuruluşu takip etti. (Radan, 2002: 179).

Hırvatistan Meclisi'nin 25 Haziran 1991'de bağımsızlık ilan etmesinden sonra Aralık 1991'de Doğu Slavonija ÖSE, Batı Slavonija ÖSE ve Krajina ÖSE birleşerek Hırvatistan'dan bağımsız "Sırp Krajina Cumhuriyeti (SKC)"ni ilan ettiler. Hazırlanan anayasa SKC'yi "*Sırp ulusunun ulusal devleti ve Krajina içinde yaşayan diğer vatandaşların devleti*" olarak tanımladı. (Radan, 2002: 179-180).

SKC yönetimi Sırbistan'dan aldığı destekle 50.000 kişilik ordu kurdu. Bölgeye Sırbistan'dan gönüllü savaşçılar, silah ve mühimmat sevk edildi. (Allcock vd., 1998: 262). Hırvatistan topraklarında Sırp-Hırvat çatışması ilk olarak Mart 1991'de başladı. Silahlı çatışmaların başlamasında Miloşeviç önemli rol oynadı. Çünkü Sırp Cumhurbaşkanı Miloşeviç, 16 Mart'ta "*Eğer savaşmamız gerekiyorsa savaşırız. Fakat umuyorum ki, onlar* (Hırvatlar) *bizimle savaşacak kadar deli değillerdir. Biz eğer iyi çalışmayı ve iyi üretmeyi bilmiyorsak, en azından*

nasıl iyi savaşılacağını biliyoruz" açıklamasını yaparak adeta Hırvatistan'daki Sırplara taarruz emri verdi. (Aktaran Cohen, 1992: 370). Martta başlayan silahlı çatışmalar, Sırp ordusunun 18-19 Temmuz 1991'de Hırvatistan'a yönelik askeri operasyon başlatmasıyla tam anlamıyla Sırp-Hırvat savaşına dönüştü. (Najetovic, 2008: 55).

Srpska Krajina ve Slavonija bölgelerinde süren savaşa çok sayıda silahlı Sırp çeteleri katıldı. Büyük ölçüde Sırbistan, Karadağ ve Bosna-Hersek'ten adam toplayan bu silahlı gruplardan en tanınmışları Dragan Vasikloviç çetesi, Vojislav Şeşelj'in *Çetnik*leri, "Arkan" lakaplı Zeljko Raznjatoviç'in *Kaplanları*, *Sarı Karıncılar* ve *Beyaz Kartallar* adlı silahlı çeteler idi. (Bora, 1991: 170-171). Miloşeviç yönetiminden yardım gören bu silahlı çeteler aynı zamanda 1992 Nisanında başlayacak olan Bosna-Hersek savaşında da yer aldılar. Çok sayıda sivili katleden Sırp çeteleri, aynı zamanda uyuşturucu-silah kaçakçılığı ve yağma yoluyla büyük paralar kazanmışlardı.

Savaşın ilk altı ayında Sırp kuvvetleri Hırvat ordusuna üstünlük sağladı. Ocak 1992'ye gelindiğinde Krajina ile Slavonija toprakları Sırp silahlı güçlerin eline geçmiş bulunuyordu. Fakat ABD ile AB'nin devreye girmesiyle savaş Hırvatistan'ın lehine sonuçlandı. ABD ile AB, Hırvatistan'ın bağımsızlığını tanırken, Sırbistan-Karadağ Federasyonu'na ekonomik ve askeri ambargo uyguladı. Amerikalı siyasetçi Cyrus Vance, BM Özel Temsilcisi olarak görevlendirildi ve kendi adıyla anılan bir barış planı hazırladı. Vance Planı, ABD ve Almanya'nın baskısı neticesinde Sırbistan tarafından kabul edildi ve 2 Ocak 1992'de taraflar arasında ateşkes anlaşması imzalandı. Anlaşmaya göre Sırp ordusu Hırvatistan'dan çekilirken, Sırp nüfusun çoğunlukta veya azınlıkta olduğu bölgeler "silahtan arındırılmış güvenli bölgeler" ilan edildi ve buralara 15 bin kişilik BM Koruma Gücü (UNPROFOR) yerleştirildi. (Radan, 2002: 180 ; Najetovic, 2008: 58-64).

ABD'nin silah yardımıyla güçlendirilen Hırvat ordusu Mayıs 1993 - Ağustos 1995 arasında Hırvatistan'daki SKC birliklerine yönelik dört ayrı askeri operasyon düzenledi. Operasyonlar neticesinde Krajina ile Batı Slavonija toprakları Hırvat ordusunun eline geçti. Doğu Slavonija bölgesi de Ocak 1998'de Zagreb'in tam hâkimiyeti altına girdi ve SKC silahlı birlikleri tamamen ortadan kaldırıldı. (Zunec, 2001: 67-83 ; Allcock vd., 1998: 272).

Hırvatistan'da umduğunu elde edemeyen Sırp irredentizmi tüm gücüyle Bosna-Hersek'e yöneldi. Ama sadece Sırp ordusu ve silahlı çeteleri değil, aynı zamanda Hırvatistan ve Hırvat çeteleri de Bosna-Hersek'e ve Boşnaklara hücum ettiler. Çünkü hem Sırp irredentizmi hem de Hırvat irredentizmi Bosna-Hersek'i ele geçirip kendi büyük devletlerini kurmayı amaçlıyorlardı. Nitekim dönemin Hırvatistan Cumhurbaşkanı Franjo Tudjman ile Sırbistan Cumhurbaşkanı Miloşeviç arasında Bosna-Hersek'i paylaşma görüşmeleri yapılmış, ama tam olarak anlaşmaya varılamamıştı. (Mesic, 2001: 11-12 ; Cekic, 2005: 1052-1060). Bosna-Hersek'in yaklaşık %45'ini oluşturan Boşnaklar ise, Alija İzetbegoviç'in liderliğinde Bosna-Hersek'in ülkesel bütünlüğünü ve bağımsızlığını savunuyorlardı. Böylece Nisan 1992'de üç taraf (Sırp-Hırvat-Boşnak) arasında Bosna Savaşı patlak verdi ve Aralık 1995'e kadar şiddetlenerek devam etti.

Sırbistan'dan gelen askeri yardım sayesinde Bosna-Hersek'te Radovan Karaciç ve Ratko Mladiç liderliğinde güçlü bir Bosna-Hersek Sırp Ordusu oluşturuldu. Karaciç, Bosna-Hersek'te kurulan milliyetçi Sırp Demokrat Partisi başkanı idi. Mladiç ise Bosna-Hersek'teki Sırp ordusunun genelkurmay başkanı idi. Sırbistan Cumhurbaşkanı Miloşeviç tarafından desteklenen Karaciç-Mladiç ikilisi, Sırp irredentizminin (Büyük Sırbistan projesinin) Bosna-Hersek'teki ayağını oluşturdu. Karaciç liderliğinde Banja Luka'da bir Sırp Meclisi toplandı ve "Sırp Cumhuriyeti (*Republika Srpska*)" ilan edildi. Öte yandan Hırvatistan'dan gelen askeri yardım sayesinde Bosna-Hersek'te Mate Boban liderliğinde Hersek-Bosna Hırvat Ordusu oluşturuldu ve Herzegovina (Hersek) bölgesinde bir "Hersek-Bosna Hırvat Cumhuriyeti (*Hrvatsak Republika Herceg-Bosna*)" ilan edildi.

Sırbistan ile Hırvatistan arasında kalan ve dışarıdan yeterince askeri yardım alamayan Boşnaklar etnik temizliğe ve soykırıma maruz kaldılar. Çünkü hem irredentist Sırp milliyetçiliği hem de irredentist Hırvat milliyetçiliği, ayrı bir Boşnak ulusunun varlığını tanımıyor ve bölgeyi ele geçirmeye çalışıyordu. Bu amaçla Sırp milliyetçiliği Boşnakları Sırplaştırmaya, Hırvat milliyetçiliği ise Boşnakları Hırvatlaştırmaya çalışıyordu. Asimilasyona direnen Boşnaklar, hem göçe zorlandılar hem de Sırp ve Hırvat kuvvetleri tarafından katledildiler. Böylece Bosna-Hersek ve Boşnaklar, 1990'ların ilk yarısında saldırgan Sırp ve Hırvat milliyetçiliğinin kurbanı oldu. (Ayrıntı için bkz. Cekic, 2005 ; Begic, 1997).

Bosna-Hersek Meclisi'nde bağımsızlık referandumuna gitme kararının alındığı gün, Sırp Demokrat Partisi Başkanı Karaciç, Boşnakları açıkça soykırım ile tehdit etmişti: "*Seçtiğiniz yol, Hırvatistan'ı cehenneme sürükleyen aynı yoldur. Aradaki fark, Bosna'da savaş sizi daha kötü bir cehenneme sürükleyecektir ve Müslüman milleti* (Boşnaklar) *tamamıyla yok olacaktır.*" (Karaciç'ten aktaran Bougarel, 1996: 100).

Sırp milliyetçiliğine ve Karaciç'e göre Boşnaklar tarihsel ve etnik köken itibariyle Sırp'tır ve Osmanlı hâkimiyeti döneminde Müslümanlaşmışlardır. Dolayısıyla Müslüman Boşnaklar ya tekrardan Ortodokslaşıp "öze" dönmeliler, ya da Bosna-Hersek'ten gitmeliler. Ayrıca Boşnaklar Türkiye'nin ajanlarıdır. Türkiye Boşnakları kullanarak Balkanlar'a nüfuz etmeyi amaçlamaktadır. Sırp milliyetçileri, Boşnaklardan nefret ettikleri kadar Hırvatlardan da nefret ediyor ve onları da Bosna-Hersek'ten kovma planları yapıyorlardı.[3] 20 Mayıs 1995 tarihli konuşmasında Karaciç şunları söylemiştir:

> "*Türkiye'nin Balkanlar'a geri dönmesine asla izin vermeyeceğiz. Sırplar, Hırvatlar ve Müslümanlar* (Boşnaklar) *uzun süre birlikte yaşayamazlar. Nasıl ki Hırvatlar ve Müslümanlar birleşik bir Yugoslavya'da yaşamak istemediler ise, biz de onların devletinde* (Bosna-Hersek ve Hırvatistan'da) *yaşamak istemiyoruz. Bir köpekle bir kediyi bir kutuda bir arada tutamazsınız. Ya sürekli kavga ederler ya da birlikte olmaya son veriler.*" (Karaciç'ten aktaran Aspen Institute, 1996: 16).

Sırp ve Hırvat milliyetçiliği 1990'lı yıllarda önce Hırvatistan'da ve ardından Bosna-Hersek'te savaştı. Ama her ikisinin ortak noktası "Boşnak düşmanlığı" idi. Her ikisi Bosna Savaşı süresince şu "yalan iddia"yı ileri sürdü: Müslüman Boşnaklar, İzetbegoviç liderliğinde Bosna-Hersek'te bir İslam Devleti kurmak istiyorlar. Bu İslam Devleti projesi diğer Müslüman devletlerden destek görmektedir. Bu projenin hayata geçmesi sadece bizim (Sırplar ve Hırvatlar) için değil, tüm Avrupa medeniyeti için büyük bir tehlikedir. Biz bu tehlikeye karşı savaşıyoruz. Yani Sırplar/Hırvatlar Avrupa medeniyetini radikal İslamcılara ve Bosna-Hersek İslam Devleti'ne karşı savunuyorlar. Bu nedenle medeni Avrupa ve ABD bize (Sırplara/Hırvatlara) yardımcı olmalıdır. (Cekic, 2005: 1050-1051 ; Malcolm, 1999: 342-345).

Hırvat Tudjman ve Sırp Miloşeviç yönetimleri, bu yalan iddia sayesinde Boşnaklara karşı Batılı devletlerden destek almayı amaçladılar savaş süresince. Ayrıca bu iftira vasıtasıyla Boşnaklara yönelik uygulanan saldırı ve etnik temizliği meşrulaştırılmaya çalıştılar. Dönemin Bosna-Hersek Cumhurbaşkanı İzetbegoviç iftiraya karşı şu cevabı vermiştir:

> "*Biz, bir ulus devlet yolunda değiliz. Bizim yolumuz sadece bir bağımsız yurttaşlık birliğidir. Bu, gelecektir. Bazı insanlar bunu (Bosna'yı bir Müslüman devlet yapmayı) istiyor olabilir, fakat bu gerçekçi bir dilek değildir. Her ne kadar Müslümanlar cumhuriyet içinde en kalabalık ulus olsa da, (bu siyasi amacı haklı kılmak için) yeterli sayıda Müslüman yoktur.*" (İzetbegoviç'ten aktaran Ramet, 2005: 15).

Yaklaşık 3,5 yıl süren Bosna Savaşı, ABD liderliğinde NATO'nun Bosna-Hersek'teki Sırp ordusuna yönelik askeri operasyonu ile sonlandırıldı. Akabinde ABD'nin hazırladığı Dayton Anlaşması, Bosna-Hersek Cumhurbaşkanı İzetbegoviç, Sırbistan Cumhurbaşkanı Miloşeviç ve Hırvatistan Cumhurbaşkanı Tudjman tarafından 14 Aralık 1995'te Paris'te imzalandı. Böylece savaş resmen sona erdi ve Bosna-Hersek yeniden dizayn edildi.[4]

[3] Sırp milliyetçiliği ile Hırvat milliyetçiliği arasındaki nefret karşılıklı idi. Hırvat milliyetçiliğine göre Hırvat ulusunun en büyük düşmanı Sırplardır ve Bosna-Hersek'in özellikle güneydeki Herzegovina (Hersek) bölgesi Sırplardan ve Boşnaklardan temizlenip Hırvatistan'a katılmalıdır.

[4] Dayton Anlaşması'na göre yeniden dizayn edilen Bosna-Hersek devleti, "Bosna-Hersek Federasyonu" ve "Sırp Cumhuriyeti (*Republika Srpska*)" adı altında iki yönetim bölgesini içermektedir. Ayrıca Bosna-Hersek Federasyonu içinde on kanton yer almaktadır. Her iki bölgenin (ayrıca Bosna-Hersek Federasyonu içinde yer alan her kantonun) kendi yasama, yürütme ve yargı erkleri mevcuttur. Bosna-Hersek Federasyonu'nu ağırlıklı olarak Boşnaklar ve Hırvatlar, Sırp Cumhuriyeti'ni ise ağırlıklı olarak Sırplar yönetmektedir. Devleti temsil eden Bosna-Hersek Devlet Başkanlığı Konseyi bir Boşnak, bir Sırp ve bir Hırvat olmak üzere üç üyeden oluşur. Ayrıca Bosna-Hersek'in ortak üst meclisi ve hükümeti mevcuttur. Fakat ortak meclis ve hükümet içinde de etnik temelde gruplaşma/rekabet vardır. Yani Dayton Anlaşması sonrasında Bosna-Hersek'te etnik temelde parçalı ve son derece karmaşık bir siyasal sistem kuruldu. Ayrıca Dayton Anlaşması'na göre Bosna-Hersek'e çok sayıda uluslararası örgüt (NATO, BM, AB, IMF, Dünya Bankası, AGİT, AİHM, Yüksek Temsilcilik Ofisi, vs.) girip yerleşti. Dayton Anlaşması'ndan itibaren Bosna-Hersek'i büyük ölçüde söz konusu uluslararası örgütler denetleyip yönetmektedir. Böylece Dayton Anlaşması Bosna-Hersek'te adeta bir tür "uluslararası himaye yönetimi" oluşturdu. (Dayton Anlaşması süreci, Dayton Anlaşması'na göre Bosna-Hersek'in yeniden kuruluşu ve yönetim sistemi hakkında ayrıntılı bilgi için bkz.: Begic, 1997).

5. SONUÇ

Sosyalist Yugoslavya milliyetçiliğe karşı kazanılan büyük askeri ve siyasal mücadele sonucunda kuruldu. Bu nedenle 2. Dünya Savaşı sonrasında kurulan yeni sosyalist rejim Tito liderliğinde milliyetçiliğe karşı önemleler aldı. Fakat milliyetçilik hiçbir zaman tamamen yok edilemedi ve her daim Yugoslavya için yıkıcı sorun/tehdit olmaya devam etti. Yugoslavya'daki en güçlü iki milliyetçi hareket/tehdit Sırp ve Hırvat milliyetçiliği idi. Sırp milliyetçiliğinin nihai hedefi Büyük Sırbistan'ı, Hırvat milliyetçiliğinin amacı da Büyük Hırvatistan'ı kurmaktı. Bu nedenle Sırp ve Hırvat milliyetçiliği komşularına karşı saldırgan irredentist politika izledi. Sırp ve Hırvat milliyetçiliği/irredentizmi, 2. Dünya Savaşı yıllarında Sırp Çetnik ve Hırvat Ustaşa ordularının YKP Partizan ordusu tarafından yenilgiye uğratılmasıyla zayıflatıldı, ama tamamen yok edilemedi.

1945 sonrasında YKP ve devlet içinde Aleksandar Rankoviç liderliğinde Sırp milliyetçiliği yeniden örgütlenip toparlandı. Milliyetçi Rankoviç Grubu/Hizbi, parti ve devlet yönetiminde merkeziyetçiliği güçlendirmek yoluyla Yugoslavya genelinde Sırp hâkimiyetini kurmayı amaçladı. Bu durum kaçınılmaz olarak parti-devlet içinde siyasal krize yol açtı. Bu kriz, Tito'nun müdahalesiyle Rankoviç Grubu'nun parti-devlet içinden tasfiye edilmesi sayesinde kısmen aşıldı ve Sırp milliyetçiliği geçici olarak zayıflatıldı.

Tito'nun ölümünden sonra ülkedeki tüm milliyetçi hareketler ve milliyetçi siyasi liderler yeniden yükselişe geçtiler. Bunlardan en etkilisi Sırp milliyetçiliği ve Slobodan Miloşeviç oldu. 1980 sonrasında Miloşeviç liderliğinde gelişip güçlenen Sırp irredentizmi; Kosova, Bosna-Hersek, Karadağ, Makedonya ve Hırvatistan'ın Krajina - Slavonija bölgelerini ele geçirmek suretiyle Büyük Sırbistan'ı kurmayı amaçlıyordu. Bu amaç kaçınılmaz olarak 1990 sonrasında Kosova, Hırvatistan ve Bosna-Hersek'te savaşlara neden oldu. Dolayısıyla Sırp milliyetçiliği/irredentizmi, hem Yugoslavya'nın yıkılmasında hem de Kosova, Hırvatistan ve Bosna-Hersek'te sert savaşların yaşanmasında büyük rol oynadı. Bu milliyetçi savaşlar, tüm taraflara zarar vermekle birlikte en büyük yıkımı Bosna-Hersekli Boşnaklar ile Kosovalı Arnavutlar yaşadı.

Sırp milliyetçiliği Kosova'yı Sırplaştırmak ve tamamıyla kontrol altına almak amacıyla Arnavutlara karşı etnik temizlik uyguladı. Sadece Kasım 1994 – Ocak 1995 arasında yaklaşık 25 bin Arnavut İtalya'ya göç etti. Savaş süresince (Haziran 1999'a kadar) 1,3 milyon Arnavut, Sırp güçleri tarafından evlerinden uzaklaştırıldı. Bunların 800 bini Kosova'dan kovuldu. On binlerce sivil Arnavut öldürüldü ve binlerce kadına tecavüz edildi. (Öcal, 2015: 5028). 865 bin Arnavut mülteci Karadağ, Bosna-Hersek, Arnavutluk ve Batı Makedonya'daki geçici kamplara sığınmak zorunda kaldı. (Judt, 2009: 815). Buna karşılık olarak UÇK, Kosova'yı Sırbistan'dan koparmak ve bölgeyi tamamen Arnavutlaştırmak için Kosovalı Sırpları hedef aldı ve çok sayıda sivili katletti.

Hırvatistan'daki savaşta (Krajina ve Slavonija bölgelerinde) Sırp ordusu Hırvatlara, Hırvat ordusu da Sırplara karşı etnik temizlik uyguladı. Savaş sonucunda 20 bin insan hayatını kaybederken, 55 bin insan yaralandı, 600 bin insan evini terk etmek zorunda kaldı, maddi kayıp ise 22-25 milyar doları buldu. (Bilandzic, 2001: 90 ; Cviic, 1996: 196).

Nisan 1992 – Aralık 1995 döneminde yaşanılan Bosna Savaşı'nın yarattığı yıkım ise çok daha büyük oldu. Sırp ve Hırvat orduları Boşnaklara karşı etnik temizlik / soykırım uyguladı. Çünkü her ikisinin amacı Bosna-Hersek'i Boşnaklardan temizleyip ele geçirmekti. Savaş süresince büyük çoğunluğu Boşnak olmak üzere yaklaşık 215 bin insan öldü (160 bin Boşnak, 30 bin Hırvat, 25 bin Sırp). Yaklaşık 50 bin kadına (büyük çoğunluğu Boşnak kadınlar) tecavüz edildi ve 1,5 milyon insan (büyük çoğunluğu Boşnak) evini terk etmek zorunda kaldı. Okulların yarısı, evlerin üçte ikisi ve sağlık tesislerinin üçte biri yakılıp yıkıldı. Ayrıca yaşanılan savaşlar neticesinde sanayi çöktü, üretim azaldı, işsizlik ve yoksulluk arttı, fuhuş ve organize suçlar yaygınlaştı. (Ramet, 1999: 239, 280 ; Naimark, 2002: 167-170).

Sırp milliyetçiliği Bosna-Hersek'i ele geçirip Büyük Sırbistan'a katmayı amaçlıyordu. Bu amaçla Sırp milliyetçiliği bölgeyi sadece nüfus olarak değil kültürel açıdan da Sırplaştırılmak istedi. Bu nedenle Sırp kuvvetleri Katolik Hırvatlara ve Müslüman Boşnaklara ait tarihi, dini ve kültürel yapıları hedef alıp yakıp yıktı. Aynı şekilde Hırvat silahlı kuvvetleri de Bosna-Hersek'teki Ortodoks Sırplara ve Müslüman Boşnaklara ait tarihi, dini ve kültürel yapıları hedef aldılar. Bu yıkımdan en büyük zararı Osmanlı'dan kalma tarihi eserler ve camiiler gördü. Bundaki amaç, ülkedeki Osmanlı-İslam-Boşnak kültürel varlığını yok etmekti. Böylece Bosna-Hersek'te adeta bir kültürel soykırım uygulandı. (Türkiye Diyanet Vakfı, 2009: 131).

Sonuç olarak; milliyetçiliğe karşı yapılan mücadeleyle kurulan Sosyalist Yugoslavya, 1990'ların başında milliyetçilik tarafından yıkıldı. Elbette Yugoslavya'nın yıkılışının tek sorumlusu Sırp milliyetçiliği değildir. 1980 sonrasında ülke genelinde hızla gelişen tüm milliyetçi hareketler şu veya bu düzeyde Yugoslavya'nın yıkılışında rol oynadılar. Fakat bunlardan en güçlüsü ve en saldırganı, Büyük Sırbistan'ı kurmayı amaçlayan Sırp

milliyetçiliği/irredentizmi oldu. Böylece Sırp milliyetçiliği/irredentizmi, Yugoslavya'nın yıkılışında ve savaşların yaşanılmasında en etkili yıkıcı güç oldu.

KAYNAKÇA

Allcock, J. B., Milivojevic, M. ve Horton, J. J. (1998). Conflict in The Former Yugoslavia: An Encyclopedia. Denver, Santa Barbara, Oxford: ABC-CLIO.

Aspen Institute (1996). Unfinished Peace: Report of the International Commission on the Balkans. Berlin: Aspen Institute.

Banac, I. (1997). Sırbistan'da Milliyetçilik. (Çev. Gencer Özcan). K. Saybaşılı ve G. Özcan (Ed.), Yeni Balkanlar, Eski Sorunlar içinde (ss. 87-116). İstanbul: Bağlam Yayınları.

Barnett, N. (2006). Tito. London: Haus Publishing.

Begic, K. I. (1997). Bosna I Hercegovina Od Vanceove Misije Do Daytonskog Sporazum, 1991-1996. Sarajevo: Bosanska Knjiga.

Bennett, C. (1994). Yugoslavia's Bloody Collapse: Causes, Course and Consequences. London: Hurst & Company.

Bilandzic, D. (2001). Termination and Aftermath of the War in Croatia. B. Magas ve I. Zanic (Ed.), The War In Croatia and Bosnia-Herzegovina içinde (ss. 84-91). London: Frank Cass.

Bora, T. (1991). Yugoslavya: Milliyetçiliğin Provakasyonu. İstanbul: Birikim Yayınları.

Bougarel, X. (1996). Bosnia and Herzegovina – State and Communitarianism. D. A. Dyker ve I. Vejvoda (Ed.), Yugoslavia and After: A Study in Fragmentation, Despair and Rebirth içinde (ss. 87-115). London: Longman.

Cekic, S. (2005). The Aggression against the Republic of Bosnia and Herzegovina. Sarajevo: KULT / B.

Cirkovic, S. M. (2004). The Serbs. Malden: Blackwell Publishing.

Cohen, L. J. (November 1992). Disintegration of Yugoslavia. Current History, 369-375.

Cviic, C. (1996). Croatia. D. A. Dyker ve I. Vejvoda, Yugoslavia and After: A Study in Fragmentation, Despair and Rebirth içinde (ss. 196-212). London: Longman.

Hadziprodromidis, L. (2004). Umurstvo Jugoslavije. Sarajevo: TKD Sahinpasic.

Hondius, F. W. (1968). The Yugoslav Community of Nations. the Hague: Mouton.

Jancar, B. (1976). Yugoslavia: The Case for a Loyal Opposition under Communism. G. K. Bertsch ve T. W. Ganschow (Ed.), Comparative Communism: The Soviet, Chinese, and Yugoslav Models içinde (ss. 205-220). San Francisco: W. H. Freeman and Company.

Jelavich, B. (2006). Balkan Tarihi, 2. Cilt: 20. Yüzyıl. (Çev. Zehra Yavan ve Hatice Uğur). İstanbul: Küre Yayınları.

Judt, T. (2009): Savaş Sonrası: 1945 Sonrası Avrupa Tarihi. (Çev. Dilek Şendil). İstanbul: YKY.

Julliard, J. (1994). Geliyorum Diyen Faşizm. (Çev. Zafer Üskül). İstanbul: AFA Yayınları.

Lane, A. (2004). Yugoslavia: When Ideals Collide. New York: Palgrave Macmillan.

Letica, S. (1996). Genesis of the Current Balkan War. S. G. Mestrovic (Ed.), Genocide After Emotion: The Postemotional Balkan War içinde (ss. 91-112). London, New York: Routledge.

Lukic, R. ve Lynch, A. (1999). Europe from the Balkans to the Urals: Disintegration of Yugoslavia and of the Soviet Union. New York: Oxford University Press.

Malcolm, N. (1999). Bosna. (Çev. Aşkım Karadağlı). İstanbul: Om Yayınevi.

Mesic, S. (2001). The Road to War. B. Magas ve I. Zanic (Ed.), The War in Croatia and Bosnia-Herzegovina içinde (ss. 3-13). London: Frank Cass.

Naimark, N. M. (2002). Fires of Hatred: Ethnic Cleansing in Twentieth Century Europe. Cambridge, London: Harvard University Press.

Najetovic, D. (2008). Britanska Politika U Bosni I Hercegovini, 1991-1995. Sarajevo: DES.

Osmi Kongres Saveza Komunista Jugoslavije (1965). Beograd: Komunist.

Öcal, M. (2015). Kosova: Bir Etnik Sorunun Anatomisi. Yeni Türkiye, 69, 5023-5035.

Paleshoutski, K. (1992). National Problem in the Yugoslav Federation. K. Mancev vd. (Ed.), National Problems in the Balkans: History and Contemporary Developments içinde (ss. 85-123). Sofia: Arges Publishing House.

Pavkovic, A. (1997). The Fragmentation of Yugoslavia: Nationalism in a Multinational State. London: Macmillan Press.

Radan, P. (2002). The Break-up of Yugoslavia and International Law. London: Routledge.

Ramet, S. P. (1999). Balkan Babel: The Disintegration of Yugoslavia from the Death of Tito to the War of Kosovo. Boulder, Oxford: Westview Press.

Ramet, S. P. (2005). Thinking about Yugoslavia: Scholarly Debates about the Yugoslav Breakup and the Wars in Bosnia and Kosovo. New York: Cambridge University Press.

Rusinow, D. (1977). The Yugoslav Experiment, 1948-1974. London: C. Hurst and Company for the Royal Institute of International Affairs.

Silber, L. ve Little, A. (1995). The Death of Yugoslavia. London: Penguin Books.

Soso, J. D. (2002). Saviours of the Nation: Serbia's Intellectual Opposition and the Revival of Nationalism. Montreal: McGill-Queen's University Press.

Spegelj, M. (2001). The First Sphere, 1990-1992: The JNA Prepares for Aggression and Croatia for Defense. B. Magas ve I. Zanic (Ed.), The War in Croatia and Bosnia-Herzegovina içinde (ss. 14-40). London: Frank Cass Publishers.

Tito, J. B. (1982). Nacionalno Pitanje i Revolucija. Sarajevo: Svjetlost.

Türkiye Diyanet Vakfı (2009). İslam Ansiklopedisi, Cilt 36. İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.

Vejvoda, I. (1996). Serbian Perspective. A. Danchev ve T. Halverson (Ed.), International Perspectives on the Yugoslav Conflict içinde (ss. 100-114). London: Macmillan Press.

Woodward, S. L. (1995). Balkan Tragedy: Chaos and Dissolution after the Cold War. Wahington, D.C.: the Brookings Institution.

Zaninovich, M. G. (1970). The Development of Socialist Yugoslavia. Baltimore ve London: The John Hopkins Press.

Zunec, O. (2001). Operation Flash and Storm. B. Magas ve I. Zanic (Ed.), The War In Croatia and Bosnia-Herzegovina içinde (ss. 67-83). London: Frank Cass.

Does Globalization Matter on Corruption Level in OECD Countries?: An Empirical Analysis

Professor Cuneyt Koyuncu[1] **Associate Professor Mustafa Unver**[2]

[1]Bilecik Şeyh Edebali University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics, cuneyt.koyuncu@bilecik.edu.tr

[2]Kirikkale University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Public Finance, mustafaunver@kku.edu.tr

Abstract: The purpose of this paper is to empirically investigate the impact of globalization on corruption level of an economy in an unbalanced panel data analysis for 34 OECD countries for the period 2002-2012. For this purpose, we used two distinct corruption variables as dependent variable and four separate globalization variables (i.e., social, economic, political and over all globalization indexes) from the existing globalization and corruption literature. We also included four more control variables, including trade openness level, poverty level, inflation rate and FDI inflows in order to check the robustness of our findings. In this regard, the empirical estimation results of fixed time effect models depict that all globalization indicators (excluding political globalization indicator) have statistically significant and negative effect on corruption level in OECD countries and this result keeps its validity across two different corruption indicators. In addition to this main finding, it has been seen that an increase in trade openness and poverty level is related to an increase in corruption level while inflation rate and foreign direct investment inflows are negatively associated with corruption level.

Key Words: Globalization, Corruption, OECD Countries, Panel Analysis.

1. INTRODUCTION

Like advanced economies, OECD member countries have experienced a fast globalization process since 1980s. It is confronted with the crucial issue of preventing corruption to realize the targets of economies' development. In this regard, in literature, even though seeking globalization and corruption level nexus has attracted considerable attention in economy area for researchers during the last decades, it today has appeared decreased in empirical and theoretical concern.

There is no a widely accepted description for globalization. Although it may be associated as a multidimensional phenomenon (i.e. social, political, cultural, economic and military dimensions), researchers have usually focused its economic dimension (Lalountas et al., 2011: 237). For example, Gozgor (2017) investigated the relation between globalization and structural unemployment in 87 countries over the period 1991-2014. The estimation results show that there seems a negative and statistically significant effect of globalization on structural unemployment (see also Sufian and Kamarudin, 2016; Mazumder, 2017). In addition, it has become a popular field for studying the relationship between globalization and economic growth in various economies. For instance, Gurgul and Lach (2014) found out evidence supporting the existence of positive impact of globalization on economic growth in ten new EU members in transition from CEE countries in the period 1990-2009 (see also Ghosh, 2017; Khoshnevis Yazdi and Shakori, 2017).

Another important field of interest that separate this paper from other papers is the impact of globalization on corruption because corruption level in a country and its consequences have been very important focus of interest for many researchers. We will focus now the effects of corruption on economy before facing the relationship between globalization and corruption. In this context, many papers have explored the negative impact of corruption to different economic variables. For instance, Zakharov (2017) demonstrated the relationship between corruption and fixed capital investment on a basis of OLS estimations with region and time fixed effects of Russian economy that an increase in corruption level leads to lower investment level. Cooray and Dzhumashev (2018) find that corruption in a panel of 132 countries negatively affects employment level in labor market (see also Linhartova and Zidova, 2016).

This paper is then aimed at providing that globalization process may be a cause of corruption. In this context, we employ a panel of 34 countries which includes OECD member economies for period of 2002-2012. To establish this link, models in this paper has also included some control variables, such as trade openness, poverty level, inflation rate and FDI inflows, which are chosen by following the logic suggested in literature.

The rest of the paper is structured as follows. In Section 2 the used data and model specification is described. Section 3 presents empirical results based on models. Section 4 concludes the paper.

2. DATA AND MODEL SPECIFICATION

2.1. The Data

The aim of this paper is to empirically to figure out the role of the globalization in OECD member countries on the corruption level by utilizing an unbalanced panel data of a sample covering 34 countries[1] for period of 2002-2012. Also, the investigation will include some control variables to confirm the robustness of the findings in our model in the light of previous empirical papers in the literature.

The dependent variable in our models is corruption level in an economy. The paper uses two distinct indices of corruption data to see the validity of our results. You can see the list of dependent variables with their definitions, and data sources in Table 1 below. In this regard, our first corruption variable is COR_1 that is identified by control of corruption and constructed by WGI (World Governance Indicators). The second dependent variable in the panel is COR_2 that depicts corruption perception index collected from Transparency International.

Table 1: List of Dependent Variables

Variables	Definition	Data Source
COR_1	COR_1=-1*(Control of corruption)	The Worldwide Governance Indicators
COR_2	COR_2= -1*(Corruption perception index)	Transparency International

Four different globalization variables are used to evaluate the sensitive of our empirical outcomes. These globalization variables are social globalization which is stated as the spread of ideas, information, images and people (SOCIALGL), economic globalization which is modified as long-distance flows of goods, capital and services (ECONOMICGL), political globalization which is stated a spread of state policies (POLITICALGL) and over all globalization which includes the economic, social and political aspects of globalization (ALLGL). The list of 2015 KOF indices of globalization variables is given with their weights and subcomponents below.

2015 KOF Index of Globalization Indices and Weights of their Subcomponents
A. Economic Globalization [36%]
i) Actual Flows (50%)
Trade (percent of GDP) (22%)
Foreign Direct Investment, stocks (percent of GDP) (27%)
Portfolio Investment (percent of GDP) (24%)
Income Payments to Foreign Nationals (percent of GDP) (27%)

ii) Restrictions (50%)
Hidden Import Barriers (24%)
Mean Tariff Rate (28%)
Taxes on International Trade (percent of current revenue) (26%)
Capital Account Restrictions (23%)

B. Social Globalization [38%]
i) Data on Personal Contact (33%)
Telephone Traffic (25%)
Transfers (percent of GDP) (3%)
International Tourism (26%)
Foreign Population (percent of total population) (21%)
International letters (per capita) (25%)

1 Our sample included the following OECD member countries: Australia, Austria, Belgium, Canada, Chile, Czech Republic, Denmark, Estonia, Finland, France, Germany, Hungary, Iceland, Ireland, Israel, Italy, Japan, Korea Republic, Latvia, Luxembourg, Mexico, Netherlands, New Zealand, Norway, Poland, Portugal, Slovak Republic, Slovenia, Sweden, Turkey, Spain, Switzerland, United Kingdom and United States.

ii) Data on Information Flows (35%)
Internet Users (per 1000 people) (36%)
Television (per 1000 people) (38%)
Trade in Newspapers (percent of GDP) (26%)

iii) Data on Cultural Proximity (32%)
Number of McDonald's Restaurants (per capita) (44%)
Number of Ikea (per capita) (44%)
Trade in books (percent of GDP) (11%)

C. Political Globalization [26%]
Embassies in Country (25%)
Membership in International Organizations (27%)
Participation in U.N. Security Council Missions (22%)
International Treaties (26%)
Source: Dreher (2006) and Tausch (2015).

The expected sign between globalization variables and corruption is possible by positive and negative, because theoretically expected results: the higher values of globalization level may imply to apply more anti-corruption regulations and rules in the public institutions that leads to less corruption level in an economy while the higher values of globalization level may lead to more opportunity for corrupt activities due to enhancing misuse of administrative power (see also Das and DiRienzo, 2009). Thus, we can expect both positive and negative effects of globalization on corruption level.

The explanatory variables employed for selected control variables of corruption level are TROPEN, POVER, INFLTN and FDINF. Definition and data sources of these variables can be seen in Table 2 below.

Table 2: List of Explanatory Variables

Variables	Definition	Data Source
TROPEN	Trade (% of GDP)	WDI
POVER	POVER= Human Development Index multiplied with -1	United Nations Development Programme Database
INFLTN	Annual Percentage Change in GDP deflator	WDI
FDINF	Foreign Direct Investment Inflows as a Percentage of Gross Fixed Capital Formation	UNCTAD

As shown in the Table 2, TROPEN variable represents the sum of exports and imports of goods and services as a share of gross domestic product which is called trade openness. All data on trade openness is taken from WDI (World Development Indicators). Generally, higher economic freedom level implies lower rules and restrictions on trade and thus higher trade openness in an economy where fewer international trade barriers cause less the degree of corruption through decreasing corrupt opportunities in the public area (Robertson, Gilley and Crittenden, 2008: 627). In other words, our prediction is that an increasing in trade openness leads to a reduction in the degree of corruption. Thus, there will be a negative relationship between the variables.

Human Development Index (HDI) values multiplied with minus one is used to calculate POVER variable which refers poverty level in a country. For this purpose, we have collected HDI data from UN database, containing annual data. Countries living in high percentages of poverty level have more corrupt activities because individuals in poor economies increasingly prefer corruption to get personal gains from public officials (Justesen and Bjornskov, 2014). Thus, the relationship between poverty level and degree of corruption is expected to be positive.

Our INFLTN variable shows annual percentage change in GDP deflator. Data are from WDI. Higher corruption degree is a proxy for higher expense at the public sector. It is thus related to lower respect for public authorities. On the other hand, we use INFLTN variable as a proxy for more economic chaos. Consequently, an increase at inflation rate leads to an increase in economic chaos, and thus increase corrupt activities (Paldam, 2002: 222). Therefore, the sign expected for INFLTN variable is positive.

FDINF variable is measured foreign direct investment inflows as a percentage of gross fixed capital formation gathered from UNCTAD. According to economic and business literature in which focuses the impacts of FDI, it has contributed economic growth, technological improvement, employment opportunities. These contributions may provide better governance performances and lower corruption degrees in the host countries where countries attract more FDI (Lee and Lio, 2016: 128). As a result, we expect a negative relationship between FDI inflows and corruption level.

2.2 The Model Specification

To investigate the association between globalization and corruption level in OECD member countries, we hypothesize that whether the countries with higher globalization indices experience lower or higher level of corruption.

CORRUPTION = f (GLOBALIZATION, TROPEN, POVER, INFLTN, FDINF)

CORRUPTION ; COR_1 = -1*(Control of Corruption)
COR_2 = -1*(Corruption Perception Index)

GLOBALIZATION variables ; SOCIALGL = Social globalization which is stated as the spread of ideas, information, images and people
ECONOMICGL = economic globalization which is modified as long-distance flows of goods, capital and services
POLITICALGL = political globalization which is stated a spread of state policies
ALLGL = over all globalization which includes the economic, social and political aspects of globalization

Explanatory variables ; TROPEN = by the sum of exports and imports of goods and services as a share of gross domestic product
POVER = -1*(Human Development Index)
INFLTN = Inflation, GDP deflator (annual %)
FDINF = Foreign direct investment, percentage of gross fixed capital formation

For that purpose, the following multivariate fixed time effect model (FEM) is estimated;

$$COR_{it} = (\alpha + \tau_t) + \beta_1 GLOBALIZATION_{it} + \beta_2 TROPEN_{it} + \beta_3 POVER_{it} + \beta_4 INFLTN_{it} + \beta_5 FDINF_{it} + u_{it}$$

and the following multivariate random time effect models (REM) is employed;

$$COR_{it} = \alpha + \beta_1 GLOBALIZATION_{it} + \beta_2 TROPEN_{it} + \beta_3 POVER_{it} + \beta_4 INFLTN_{it} + \beta_5 FDINF_{it} + (\tau_t + u_{it})$$

where:

it = observation value in the i-th country at time t for specific variable
α = the intercept term
τ_t = time specific impacts that influence all of countries in a similar way. τ_t implies variant across time but not across countries.
u_{it} = disturbance term of the model

3. EMPIRICAL RESULTS

Estimation results in our models are indicated in Table 3 and 4 below for two separate corruption measures, including COR_1 and COR_2. There have been four different models within each table for two corruption variables. In these tables, we have also included Hausman Test for deciding between fixed effects and random effects methods at the 1 percent significance level.

Firstly, when looking at Table 3, it represents the results of two distinct sets of explanatory variables by classifying as GLOBALIZATION and other control variables. However, in all models, we use individual GLOBALIZATION variables, including SOCIALGL, ECONOMICGL, POLITICALGL and ALLGL variables. In addition, we use four control variables, including OPEN, POV, INF and FDI indicators, as the determinants of corruption level. They allow us to see how robust our estimation results are in Table 3. In this regard, according to estimation results of GLOBALIZATION variables, estimates of SOCIALGL, ECONOMICGL and ALLGL variables is negative and statistically significant at the 1 percent level while POLITICALGL variable has a negative but insignificant effect on corruption. In addition to the results of GLOBALIZATION variables, the results of selected control variables present more different results than GLOBALIZATION variables. For instance, we estimate that the coefficient on TROPEN variable is positive and statistically significant in Model 2, but insignificant in Model 1, 3 and 4. Also, as we anticipated, POVER variable has a positive and statistically significant effect at the 1 percent level in all models. For INFLATN variable, it appears that the link between INFLATN and corruption level is negative and statistically significant at the 1 percent level in Model 1, 2 and 4 while it is negative and statistically significant at the 5 percent level in Model 3. Finally, it appears that changes in FDINF variable cause significantly negative effect on corruption level in all models with different significance levels.

Table 3: Multivariate Estimation Results for COR1 Dependent Variable

	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
C	**10.13798**	**10.90730**	**10.70819**	**10.79765**
Std. Error	0.60953	0.56864	0.64888	0.58861
Prob.	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000
SOCIALGL	**-0.01208**			
Std. Error	0.00322			
Prob.	0.00020			
ECONOMICGL		**-0.02391**		
Std. Error		0.00312		
Prob.		0.00000		
POLITICALGL			**-0.00227**	
Std. Error			0.00310	
Prob.			0.46350	
ALLGL				**-0.02256**
Std. Error				0.00409
Prob.				0.00000
TROPEN	**0.00009**	**0.00303**	**-0.00054**	**0.00083**
Std. Error	0.00060	0.00072	0.00061	0.00062
Prob.	0.88460	0.00000	0.38670	0.18040
POVER	**11.85950**	**12.01816**	**13.31186**	**11.69390**
Std. Error	0.77736	0.65270	0.68196	0.71808
Prob.	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000
INFLTN	**-0.02953**	**-0.02475**	**-0.02605**	**-0.03011**
Std. Error	0.01010	0.00949	0.01028	0.00986
Prob.	0.00370	0.00950	0.01170	0.00240
FDINF	**-0.00098**	**-0.00130**	**-0.00090**	**-0.00117**
Std. Error	0.00053	0.00050	0.00054	0.00052
Prob.	0.06430	0.01000	0.09660	0.02550
Num. of Obs.	*374*	*374*	*374*	*374*
Num. of Countires	*34*	*34*	*34*	*34*
R-square	*0.57565*	*0.62103*	*0.55964*	*0.59357*
F-statistic	*32.37647*	*39.11033*	*30.33146*	*34.85630*
Prob(F-statistic)	*0.00000*	*0.00000*	*0.00000*	*0.00000*
Hausman Statistics	*51.41095*	*72.54272*	70.89881	*53.50419*
Prob(Hausman-Stat.)	*0.00000*	*0.00000*	*0.00000*	*0.00000*
Selected Model	*FEM*	*FEM*	*FEM*	*FEM*

Secondly, the estimates of GLOBALIZATION indicators from Table 4 indicate that higher SOCIALGL, ECONOMICGL and ALLGL levels are significantly associated lower corruption level at the 1 percent. In other words, there have been negative and significant effect of GLOBALIZATION on COR_2 variable in Model 5, 6 and 8. On the other hand, the estimate of Model 7 gives a statistically insignificant relationship between POLITICALGL and COR_2. Also, Table 4 shows how control variables correlate with corruption level in OECD members countries. For instance, it appears that changes in TROPEN variable cause significantly positive effect on COR_2 variable in Model 2 at the 1 percent level, but insignificant in Model 1, 3 and 4. Also, we estimate that the coefficients on POVER variable is positive and statistically significant in all models while INFLTN variable has statistically significant and negative effect on corruption level at the 1 percent level in all models. Finally, higher FDINF level are significantly associated with lower COR_2 at the 5 and 10 percent level in Model 2 and 4, respectively, but insignificant effects in Model 1 and 3.

Table 4: Multivariate Estimation Results for COR2 Dependent Variable

	Model 5	Model 6	Model 7	Model 8
C	**20.46783**	**21.87461**	**20.79495**	**21.55142**
Std. Error	1.40638	1.31595	1.48257	1.36924
Prob.	0.00000	0.00000	0	0.00000
SOCIALGL	**-0.01928**			
Std. Error	0.00743			
Prob.	0.00990			
ECONOMICGL		**-0.05005**		
Std. Error		0.00723		
Prob.		0.00000		
POLITICALGL			**0.00463**	
Std. Error			0.00708	
Prob.			0.51410	
ALLGL				**-0.03879**
Std. Error				0.00951
Prob.				0.00010
TROPEN	**-0.00003**	**0.00638**	**-0.00063**	**0.00131**
Std. Error	0.00139	0.00166	0.00141	0.00144
Prob.	0.98040	0.00010	0.65380	0.36460
POVER	**29.26131**	**28.84139**	**31.78967**	**28.78975**
Std. Error	1.79362	1.51047	1.55813	1.67039
Prob.	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000
INFLTN	**-0.08107**	**-0.07317**	**-0.07271**	**-0.08259**
Std. Error	0.02331	0.02195	0.02349	0.02294
Prob.	0.00060	0.00090	0.00210	0.00040
FDINF	**-0.00169**	**-0.00241**	**-0.00145**	**-0.00202**
Std. Error	0.00122	0.00116	0.00123	0.00121
Prob.	0.16820	0.03910	0.23900	0.09630
Num. of Obs.	*374*	*374*	*374*	*374*
Num. of Countires	*34*	*34*	*34*	*34*
R-square	*0.57801*	*0.62088*	*0.57059*	*0.58918*
F-statistic	*32.69026*	*39.08594*	*31.71308*	*34.22841*
Prob(F-statistic)	*0.00000*	*0.00000*	*0.00000*	*0.00000*
Hausman Statistics	*77.02093*	98.585493	99.506049	*78.87664*
Prob(Hausman-Stat.)	*0.00000*	*0.00000*	0.00000	*0.00000*
Selected Model	*FEM*	*FEM*	*FEM*	*FEM*

4. CONCLUSION

This paper examines the impact of globalization on corruption level of a country by using four distinct GLOBALIZATION indicators (i.e., SOCIALGL, ECONOMICGL, POLITICALGL and ALLGL). The period covered in the study is between the years of 2002 and 2012 for 34 OECD member countries. We constructed multivariate fixed and random time effect models and Hausman test is used to choose between fixed time effect model and random time effect model. Hausman test results strongly prefer fixed time effect model in all cases.

The main finding of the paper is that higher globalization level (in the form of international integration via social globalization, economic globalization, and over all globalization) in OECD countries results in lower corruption level. This result remains valid in all models where two different proxies of corruption are used as dependent variable. In regard to control variables, , we found that an increase in trade openness and poverty level leads to an increase in corruption level whereas inflation rate and foreign direct investment inflows negatively affect corruption level in OECD countries. Meantime no statistically significant result was found for index of political globalization.

REFERENCES:

Cooray, A., & Dzhumashev, R. (2018). The effect of corruption on labour market outcomes. Economic Modelling, 74, 207-218.

Das, J., & DiRienzo, C. (2009). The Nonlinear Impact of Globalization on Corruption. The International Journal of Business and Finance Research, 3(2), 33-46.

Dreher, Axel, 2006, Does Globalization Affect Growth? Empirical Evidence from a new Index, Applied Economics, 38 (10): 1091-1110.

Ghosh, A. (2017). How does banking sector globalization affect economic growth?. International Review of Economics & Finance, 48, 83-97.

Gozgor, G. (2017). The Impact of Globalization on the Structural Unemployment: An Empirical Reappraisal. International Economic Journal, 31(4), 471-489.

Gurgul, H., & Lach, Ł. (2014). Globalization and economic growth: Evidence from two decades of transition in CEE. Economic Modelling, 36, 99-107.

Justesen, M. K., & Bjørnskov, C. (2014). Exploiting the poor: Bureaucratic corruption and poverty in Africa. World Development, 58, 106-115.

Khoshnevis Yazdi, S., & Shakouri, B. (2017). The globalization, financial development, renewable energy, and economic growth. Energy Sources, Part B: Economics, Planning, and Policy, 12(8), 707-714.

Lalountas, D. A., Manolas, G. A., & Vavouras, I. S. (2011). Corruption, globalization and development: How are these three phenomena related?. Journal of Policy Modeling, 33(4), 636-648.

Lee, M. H., & Lio, M. C. (2016). The Impact of Foreign Direct Investment on Public Governance and Corruption in China. The China Review, 105-135.

Linhartová, V., & Židová, E. (2016). The Impact of Corruption on Economic Growth in OECD Countries. Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D, Faculty of Economics & Administration, 23(37).

Mazumder, S. (2017). The Impact of Globalization on Inflation in Developing Countries. Journal of Economic Development, 42(3).

Paldam, M. (2002). The cross-country pattern of corruption: economics, culture and the seesaw dynamics. European Journal of Political Economy, 18(2), 215-240.

Robertson, C., Gilley, K. M., & Crittenden, W. F. (2008). Trade liberalization, corruption, and software piracy. Journal of Business Ethics, 78(4), 623-634.

Sufian, F., & Kamarudin, F. (2016). The impact of globalization on the performance of Banks in South Africa. Review of International Business and Strategy, 26(4), 517-542.

Tausch, A. (2015). Globalization, the Environment and the Future'Greening'of Arab Politics.

Zakharov, N. (2017). Does corruption hinder investment? Evidence from Russian regions (No. 33). Discussion Paper Series.

Turistlerin Otel İşletmelerine Yönelik Kültürel Tutumlarının Cinsiyet Açısından Değerlendirilmesi

Çiğdem Unurlu[1]

[1]Dr. Öğr. Gör., cigdemunurlu@trakya.edu.tr

Özet: Konaklama için İstanbul'daki beş yıldızlı otel işletmerini tercih eden turistlerin kültürel tutumlarını ve bu tutumların cinsiyet bakımından değerlendirilmeye çalışıldığı bu çalışmada toplam 478 katılımcıdan yüz yüze anket yöntemi ile veri toplanmış ve elde edilen veriler SPSS paket programı ile analiz edilmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda, İstanbul'daki 5 yıldızlı otel işletmelerini tercih eden turistlerin tercih ettikleri otellere yönelik güç mesafesi (17,198), toplumsallık (19,696) ve belirsizlikten kaçınma (20.584) ve maskulenlik (14,244) ile ilgili tutumlarının oluştuğu tespit edilmiştir. Ayrıca her bir kültürel tutumun cinsiyet açısından farklılaşıp farklılaşmadığının ölçülmesi bakımından yapılan bağımsız gruplar t testi sonucunda ise kadın ve erkeklerin belirsizlikten kaçınma ve maskulenlik tutumlarının birbirinden farklı olduğu tespit edilmiştir. Buna göre belirsizlikten kaçınma tutumunun kadınlarda daha yüksek olduğu ve maskulenlik tutumunun ise erkeklerde daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kültürün güç mesafesi ve toplumsallık boyutlarınnda ise cinsiyete göre herhangi bir farklılaşma olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Belirsizlikten Kaçınma, Güç Mesafesi, Toplumsallık, Maskulenlik

1. Giriş

Kültürlerarası çalışmalarda kültürün etkisi, pazarlama ve yönetim literatüründe geniş ölçüde tartışılmakta ve araştırılmaktadır (Elliot ve Tam, 2014: 315). Kültür en popüler ve en yaygın kullanımı olan kavramlardan biridir. Diğer yandan her alana yayılan kültür kavramını tanımlamak oldukça zordur. Krober ve Kluckhohn 164 farklı kültür tanımının olduğunu belirtmişlerdir. Bu değerlendirmelerin bir kısmı gelişmeye devam etmektedir. Kültürlerarası araştırmalar sıklıkla, Hofstede'nin "bir insan

grubundan diğerine ayırt edici bir biçimde zihnin kolektivist yani ortaklaşa olarak programlanması" şeklinde olan tanımını kullanmaktadır. Kültür, genellikle değerler tarafından oluşturulan çok katlı bir yapı olarak değerlendirilmesine rağmen, uygulamalar ve çalışmalarda kültürel değerler, Hofstede'nin paradigması gereğince, daha çok kültürlerarası çalışmalar üzerine odaklanmıştır (Taras, Steel ve Kirkman, 2012: 330).

Taylor'un yapmış olduğu kültürün en eski tanımlarından biri de "bilgi, inanç, sanat, din, gelenekler, herhangi bir başka yetenek ve toplumun üyeleri olarak insanlarca kazanılan alışkanlıkların bütününü ifade eden bir kompleks" olduğu yönündedir. Sonradan yapılan katkılar arasında, toplumda insan hayatını etkileyen bir bakış açısı olarak her şeyi içinde barındıran kültürün doğası da yer almaktadır. Kültürün ülkesel, bölgesel ya da yalnızca organizasyon bazında tanımını yapmak mümkündür. Ancak bir sınırlandırma yapmadan kültürün ortak bir tanımını yapmak oldukça güçtür. Kültür tabiatı gereği komplekstir ve birçok değişkenin etkisi altında şekillenmektedir. Dolayısıyla ekonomik, politik, yasal, dini, dilsel, eğitim, teknoloji ve endüstriyel çevrelerin de etkisiyle insanların kültürel davranış kalıpları farklılaşmaktadır (Soares, Farhangmehr ve Shoham, 2007). Kültür, pazarlamacılarca sıklıkla araştırılan bir konu olmasına karşın; üzerinde durulan ortak bir tanım söz konusu değildir. Bununla birlikte kültürün en çok kabul gören tanımı, "toplum üyelerince paylaşılan davranış kalıpları ve ortak değerler bütünü" olmasına yönelik yapılan çalışmalardır.

2. Literatür Taraması

Kültür geçmişten günümüze gelen, paylaşılan, öğrenilen, aktarılan değerler bütünü olarak değerlendirmek mümkündür. Pydde (2008:15) kültürün ortak davranış kalıplarından, toplumun yaşam biçimini düzenleyen normlardan ve öğrenilen davranışlardan oluşan sosyal bir miras olduğunu öne sürmektedir. Her kültürün bakış açısı kendine özgü olmakla birlikte; bu bakış açısı toplumun kolektif bilincini yansıtmaktadır. Correira, Kozak ve Ferradeira (2011) kültürün tartışmalı bir kavram olduğunu ve farklı seviyelerde ölçülebileceğini ifade etmişlerdir. Bazı çalışmalarda kültürün ulusal seviyede ölçülebileceğini ifade ederken, diğer çalışmalar ise bölgesel ve örgütsel seviyede ölçülebileceğini belirtmişlerdir. Elliot ve Tam (2014) kültürün tüketicinin satın alma biçimlerinde ve seçimlerinde önemli bir baskı unsuru olduğunu belirtmişlerdir. Tüketicide gözlemlenen bu farklılıklar özellikle küresel pazarlamada daha çarpıcı olmaktadır.

Çalışma kapsamında Hofstede'nin (1980) kültür ölçeği kullanılmıştır. Yaygın olarak kullanılan bu ölçeğin alt boyutları "güç mesafesi (toplumdaki sınıf farklılıklarına karşı gösterilen tolerans), bireysellik (toplumsallıktan ziyade bireyselliğe verilen değerin derecelendirilmesi), maskulenlik (başarı yönelimli olma, rekabet, materyalizm), belirsizlikten kaçınma (risk alma düzeyi), uzun dönem yönelimi (istikrar, azla yetinme, geleneklere saygı ve gelecek yönelimli olma)" olma şeklindedir.

Belirsizlikten Kaçınma

Riske karşı duyulan tolerans olarak da nitelendirilen belirsizlikten kaçınma bireyin bilinmeyen karşısındaki tutumunu değerlendirmektedir. Bilinmeyen karşısında birey tedirgin oluyor ve korkuya kapılıyor ise belirsizlikten kaçınma yüksek seviyede gerçekleşmektedir. Belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu topluluklarda bireyler kuralları açık ve net olarak bilmek istemektedirler. Belirsizlikten kaçınmanın düşük olduğu topluluklarda ise bireyler daha esnek ve toleranslı olabilmektedirler (Aksoy, 2015).

Toplumsallık

Kültürün bu alt boyutunda toplumsallık biz olarak nitelendirilirken, bireysellik ben olarak nitelendirilmektedir. Toplumsallıkta üyesi olunan gruba karşı sadakat ve grubun menfaatleri her şeyden önce gelmektedir. Bireyin kendini nasıl tanımladığı ile ilgilenen bu boyut bireyin dış dünyaya karşı kendini nasıl korumayı seçtiği ile ilgilidir. Eğer birey kendini korumak için mesafeli olmayı tercih ediyor, kendi amaç ve beklentilerini başkalarının amaç ve beklentilerinin üstünde tutuyor ise bireysellik; eğer birey kendini korumak için bir gruba ait olmayı ve bu grubun amaç ve beklentilerini kendi amaç ve beklentilerinden üstün tutuyor ise toplumsallık söz konusudur (Unurlu, 2016: 18).

Maskulenlik

Maskulenlikte fiziksel ve duygusal anlamda baskıcılık, rekabetçilik, hırs, sonuç odaklılık ve güç elde etme gibi erkeklere özgü nitelikler söz konuşudur. Feminenlik ise dişilik ile karakterize edilen besleme, koruma ve ilişki odaklılık gibi niteliklerle karakterize edilmektedir. Feminen topluluklarda yaşam kalitesi, çevre değerleri, eşitlik ve adalet gibi nitelikler göze çarpmaktadır (Steenkamp vd, 2015: 57). Maskulen toplumlarda kadın ve erkeğe atfedilen niteliklerde net bir ayrım bulunurken; feminen topluluklarda kadın ve erkek rolleri arasında kesin bir sınır bulunmamaktadır (Aksoy, 2015).

Güç Mesafesi

Güç mesafesi gücün toplumdaki dağılımını göz önünde bulundurmaktadır. Ünvan, güç ve statü güç mesafesinde belirleyici unsurlardır. Toplumlar geniş güç mesafesine sahip olanlar ve dar güç mesafesine sahip olanlar şeklinde iki farklı şekilde nitelendirilmektedir. Geniş güç mesafesine sahip olan toplumlarda statü farklılığı ilişkilerde belirleyicidir. Dolayısıyla statü farklılığına karsı tolerans düşüktür. Düşük güç mesafesine sahip toplumlarda ise gücün ve yeteneğin merkezde toplanmasına hoş bakılmamakta ve statünün ilişkilerde belirleyici bir role sahip olmasına izin verilmemektedir (Unurlu, 2016: 21).

3. Metod

Bu çalışma turistlerin otel işletmelerine yönelik tutumlarının kültürün alt boyutları bakımından değerlendirilmesini ve bu yönelimlerin cinsiyet açısından değerlendirilmesini hedeflemektedir. Turistlerin otel işletmelerine yönelik kültürel tutumlarının değerlendirilebilmesi için tanımlayıcı araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Hofstede'nin (1985) kültür ölçeğinin kullanıldığı bu çalışmada 5'li likert ölçeği kullanılmış olup; katılımcıların toplam 20 adet soruyu yanıtlamaları istenmiştir. 1 "kesinlikle katılmıyorum"u 5 ise "kesinlikle katılıyorum"u temsil etmektedir. Tesadüfi örnekleme yöntemi ile İstanbul'da bulunan 5 yıldızlı otel işletmelerinde konaklama deneyimi olan turistler üzerinden 478 adet verinin toplandığı bu çalışmada, öncelikle açımlayıcı faktör analizi yapılmış sonrasında ise elde edilen her bir değişken için cinsiyet bakımından grup ortalamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını değerlendirmek için bağımsız grup t testi yapılmıştır.

Tablo 3. Kültür Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçekler	**Boyutları**	**Cronbach Alfa (α) katsayıları**	
Kültür	Belirsizlikten Kaçınma	0,924	0,904
	Bireyselik Toplumsalık	0,902	
	Güç Mesafesi	0,873	
	Feminenlik Maskulenlik	0,839	

Tablo 3'te Kültür ölçeğinin alt boyutlarının güvenirlilik analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Tabloda yer alan Cronbach Alfa katsayısının literatürde kabul gören %70'in üzerinde olduğu görülmektedir. Bu veriler çerçevesinde kullanılan ölçeklerin iç tutarlılıklarının yüksek olduğu söylenebilmektedir

Tablo 4. Kültür Ölçeğinin Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör Yük Değerleri				Özdeğer	Varyans Açıklama Oranı (%)
Madde	Belirsizlikten Kaçınma	Bireysellik Toplumsallık	Güç Mesafesi	Feminenlik Maskulenlik		
KB2	,893				7,718	20,584
KB3	,890					
KB1	,864					
KB5	,814					
KB4	,711					
KT4		,828			2,814	19,696
KT5		,806				
KT6		,758				
KT3		,750				
KT1		,714				
KT2		,685			2,322	17,198
KG3			,870			
KG1			,806			
KG4			,804			
KG2			,728			
KG5			,727		1,790	14,244
KF1				,845		
KF2				,824		
KF3				,770		
KF4				,732		

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterlilik Ölçütü: 0,833

Bartlett Testi : (χ^2=7635,166; df=190; p=0,000; p<0,05)

Araştırma kapsamında kullanılan kültür ölçeğinin yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucunda orjinal yapının korunduğunu ve dört alt boyuttan oluştuğu tespit edilmiştir.

Tablo 5. Turistlerin Kültürel Niteliklerinin Cinsiyet Açısından Değerlendirilmesi

	Cinsiyet	N	Mean	SS	SD	t	P
Belirsizlikten Kaçınma	Kadın	202	4.9604	1.66735	434.669	3.846	.000
	Erkek	235	4.3064	1.88756			
Güç Mesafesi	Kadın	202	2.2166	1.44761	434.792	1.455	.146
	Erkek	235	2.4372	1.72217			
Toplumsallık	Kadın	202	4.1997	1.74564	435	.627	.533
	Erkek	235	4.0922	1.83392			
Maskulenlik	Kadın	202	3.0248	1.72323	432.449	5.408	.000
	Erkek	235	3.9518	1.85734			

Tabloya göre kadın turistlerin otel işletmelerine yönelik belirsizlikten kaçınma tutumları ile erkek turistlerin otel işletmelerine yönelik belirsizlikten kaçınma tutumlarının grup ortalamaları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir (t= 3.846, p=.000). Kadın turistlerin otel işletmelerine yönelik belirsizlikten kaçınma tutumları (M= 4.9604, SD= 435) erkek turistlerin otel işletmelerine yönelik belirsizlikten kaçınma tutumlarına (M= 4.3064, SD= 434.669) kıyasla daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir.

Tabloya göre kadın turistlerin otel işletmelerine yönelik güç mesafesi tutumları ile erkek turistlerin otel işletmelerine yönelik güç mesafesi tutumlarının grup ortalamaları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir (t= 1.455, p=.146).

Tabloya göre kadın turistlerin otel işletmelerine yönelik toplumsallık tutumları ile erkek turistlerin otel işletmelerine yönelik toplumsallık tutumlarının grup ortalamaları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir (t= .627, p=.533).

Tabloya göre kadın turistlerin otel işletmelerine yönelik maskulenlik tutumları ile erkek turistlerin otel işletmelerine yönelik maskulenlik tutumlarının grup ortalamaları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir (t= 5.408, p=.000). Kadın turistlerin otel işletmelerine yönelik maskulenlik tutumları (M= 3.0248, SD= 435) erkek turistlerin otel işletmelerine yönelik maskulenlik tutumlarına (M= 3.9518, SD= 432.449) kıyasla daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir.

4. Sonuç

Araştırma kapsamında kültür ölçeğinin geçerliliğinin testi için yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucunda kültürün güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, maskulenlik ve toplumsallık olmak üzere üç boyuttan oluştuğu tespit edilmiştir. Bu sebeple kültür bağımsız değişkeninin etkisi bu üç boyut ekseninde açıklanmaya çalışılmıştır. Başka bir ifade ile İstanbul'daki 5 yıldızlı otel işletmelerini tercih eden turistlerin tercih ettikleri otellere yönelik güç mesafesi (17,198), toplumsallık (19,696) belirsizlikten kaçınma (20.584) ve maskulenlik (14,244) ile ilişkili tutum geliştirdikleri tespit edilmiştir.

Her bir kültürel tutumun cinsiyet açısından farklılaşıp farklılaşmadığının ölçülmesi bakımından yapılan analiz sonucunda ise belirsizlikten kaçınma tutumunun kadınlarda daha yüksek olduğu (t= 3.846, p=.000) ve maskulenlik tutumunun ise erkeklerde daha yüksek olduğu (t= 5.408, p=.000) tespit edilirken; kültürün güç mesafesi ve toplumsallık boyutlarınnda ise cinsiyete göre herhangi bir farklılaşma olmadığı tespit edilmiştir.

5. Kaynakça

Aksoy, T., "Hofstede ve Kültür Boyutları", https://medyakulturvetoplum.wordpress.com/2010/03/12/hofstede-ve-kulturun-boyutlari/, (Erişim Tarihi: 28.02.2018).

Correia, A., Kozak, M. ve Ferradeira, J. (2011), "Impact of Culture on Tourist Decision-Making Styles", International Journal of Tourism Research, Volume 13(5): 433-446.

Elliott, G. ve Tam, C. C. C. (2014), "Does Culture Matter to Chinese Consumers? Empirical Evidence", Australasian Marketing Journal, Volume 22: 314-324.

G. Hofstede, Culture's Consequences: International differences in work-related values. Beverly Hills, Sage Publications, London (1980).

Hofstede, G. (1985), "The Interaction Between National and Organizational Value Systems", Journal of Management Studies, Volume 22 (4): 347-357.

Pydde, M. (2008). Cultural Differences in the Perception of Brand Personalities, Munich, GRIN Verlag.

Soares, A. M., Farhangmehr, M. Shoham (2007), "Hofstede's Dimensions of Culture in International Marketing Studies", Journal of Business Research, Volume 60: 277–284.

Steenkamp, J. E. M., Hofstede, F. T. ve Wedel, M., "A Cross-NationalInves Tigationinto the Individual and National Cultural Antecedents oof Consumer Innovativeness", Journal of Marketing,Volume 63 (2): 55-69.

Taras,V., Steel, P. ve Kirkman, B. L. (2012), "Improving National Cultural Indices Using a Longitudinal Meta-Analysis of Hofstede's Dimensions, Journal of World Business,Volume 47 (3): 329-341.

Unurlu, Ç. (2016). Marka Performansının, Kültürün ve Marka Kişiliğinin Marka Sadakati Üzerine Etkisi: İstanbul'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama (Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Basılmamış Doktora Tezi), Edirne.

Turistlerin Otel İşletmelerine Yönelik Marka Kişiliği ile ilgili Tutumlarının Cinsiyet Açısından Değerlendirilmesi

Çiğdem Unurlu[1]

[1] Dr. Öğr. Gör., cigdemunurlu@trakya.edu.tr

Özet: Turistlerin otel işletmelerinin imajı ile ilgili olarak marka kişiliği algılarının ve bu algının kadın ve erkek turistlerde farklı olup olmadığının tespiti için gerçekleştirilen bu çalışma için toplam 487 adet soru formu analize tabi tutulmuştur. Yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucunda turistlerin otel işletmelerine yönelik heyecanlılık (%25.966), yeteneklilik (%25.064) ve samimiyet (%20.340) ile ilgili algılarının oluştuğu, ancak setlik ve sofistike ile ilgili algılarının ise henüz oluşmadığı tespit edilmiştir. Bu tutumların cinsiyet açısından değerlendirilmesi bakımından yapılan bağımsız grup t testi sonucunda ise erkek turistlerin kadın turistlere kıyasla otel işletmelerini daha samimi ve daha heyecanlı olarak algıladıkları ve otel işletmelerine yönelik bu yönde tutum geliştirdikleri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Marka Kişiliği, Samimiyet, Coşku, Yeterrlilik, Sofistike

1. Giriş

Kişilik ile ilgili çalışmalar Freud dönemine ve hatta II. Dünya savaşının sonlarında yürütülen araştırmaların motivasyonlarına kadar dayandığı düşünülmektedir (Kassarjian, 1971: 409). Geçmişten günümüze dek pazarlama alanında yürütülen çalışmaların önemli bir kısmı tüketicinin sahip olduğu kişilik özelliklerini dikkate almış ve bu özellikler ile pazarlama çabaları arasındaki ilişkinin önemi üzerine vurgu yapmışlardır (Kozak, 2012: 109). Kassarjian (1971: 409) tüketicinin satın alma kararında risk almadan, davranış – tutum değişikliği, ürün seçimi, sosyal etki, bölümlendirme ve hatta medya seçimine kadar pek çok konunun kişilik ile ilgili olduğunu belirtmiştir.

Çalışmaya konu olan marka kişiliği kavramı ise tarihte ilk kez Gardner ve Levy (1955) tarafından ele alınmıştır. 1997'de ise Aaker'in marka kişiliği ölçeğini literartüre kazandırması ile konsept daha da popüler hale gelmiştir (Tayfur, 2012: 52). Marka kişiliği ile ilgili yapılan çalışmaların popülerlik kazanmasının en önemli sebebi ise tüketici psikolojisinin ve tüketicinin sosyo-bilişsel niteliklerinin pazarlama dünyasındaki gün geçtikçe artan önemidir (Venkataramanı ve Kadiyali, 2005: 459). Bununla birlikte 1970'lerden bu yana marka kişiliği konsepti reklam ajanslarınca reklamlarda bir strateji olarak kullanılmaya başlanmıştır. Ayrıca bu durum markanın yaygınlaştırılması ve tüketicilerce daha kolay benimsenmesi için ünlülerin reklamlarda yaygın olarak neden kullanıldığını da açıklamaktadır. Dolayısıyla marka kişiliği söz konusu marka ve o markanın hedef kitlesi arasında bir iletişim biçimi olarak da nitelendirilmektedir (Kapferer, 2013: 159). Tüm bu açıklamalar marka kişiliğinin pazarlama çabalarındaki artan önemine işaret etmektedir.

2. Literatür Taraması

Persona ya da personality kavramından gelen kişilik kavramı bireyin topluma uyum göstermek ve bazen de kendini korumak için benimsemiş olduğu eğilim ve davranışlardan oluşmaktadır (Dal, 2009: 99). Kişilik, bireyi diğerlerinden ayıran, doğuştan sahip olduğu ya da çevresinin etkisi ile sonradan kazanmış olduğu tutarlı tüm davranışlarından oluşmaktadır (Unurlu, 2016: 22). Rızaoğlu (2004: 97) ise kişiliğin duyular ve öğrenme yoluyla oluştuğunu öne sürmüş ve bu niteliklerin bireyi eşsiz yapan nitelikler olduğunu belirtmiştir. Kısaca kişilik bireyin yaşam yolu ile elde etmiş olduğu sosyolojik, psikolojik ve kültürel bir takım niteliklerden oluştuğunu öne sürülmüşmüştür.

Aaker (1997) ise marka kişiliğini "marka ile anılan tüm insani kişilik özellikleri" olarak değerlendirmiştir (Tayfur, 2012: 52). Plummer (195) ise marka kişiliğinin marka imajının üç boyutundan yalnızca biri olduğunu ve tüketicinin marka seçimi yaparken marka kişiliğinin etkisinde kaldığını öne sürmüştür. Bununla birlikte Rakocevic (2011: 8) marka kişiliğinin tüketicinin zihninde iki farklı şekilde şekillendiğini belirtmiştir. Bunlar: marka kişiliğinin oluşturulmasında kullanılan iletişim araçları ve tüketicinin markaya ilişkin algısını değerlendiren marka profili şeklindedir. Kısaca marka kişiliği tüketicinin markayı benimsemesini kolaylaştırmakta, markanın yaygınlaştırılmasına yardımcı olmakta, tüketici ile marka arasında bağ kurmakta ve tüketicinin markaya yönelik zihinsel yönelimini ifade etmektedir. Ogilvy (1995) markaların da insanlar gibi kişiliklerinin olduğunu ve bu kişiliğin pazarlama araçları ile şekillendirilebileceğini öne sürmüştür (Öztürk, 2007:

23). Marka kişiliği söz konusu markanın insani nitelikler ile ifade edilebilen çekirdek karakterini ifade etmektedir. Kısaca markanın kişiliğinin psikolojik temellere dayanması gerekmekte, markanın fonksiyonel faydaları ile tutarlılık göstermesi gerekmekte ve son olarak tüketici ile kurulan bu bağın somutlaştırılması gerekmektedir.

Tablo 1. Marka Kişiliğine Yönelik Örnekleri

Marka	**Kişilik**
Hallmark	İçtenlik / samimiyet
Porche	Heyecan
IBM	Yetenek
Rolex	Seçkinlik
Marlboro	Sert / fırtınalı
Volvo	Emniyet
Mercedes	Mühendislik
BMV	Sürüş keyfi
Solo	Yumuşak ve hesaplı
Hacı şakir	Saflık
Panten	Besleyen
Kodak	Geçmişe sıcak dönüşler
Algida	Dört mevsim
Pepsi	Gençlik
Vakko	Moda

Kaynak: Çakırer, M. A.(2013). Marka Yönetimi ve Marka Stratejileri, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa, s. 22-28.

Bu çalışmada Aaker'in (1997) beş boyutlu marka kişiliği ölçeği kullanılmış olmakla birlikte, bu beş boyutum içerisinde yer alan değişkenler Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. Marka Kişiliğinin Boyutları

Alt Boyutun Adı	Alt Boyuta İlişkin Nitelikler	Örnek Markalar
Samimiyet	Mütevazı: Aileye yönelik, küçük kasabalı, uygun fiyat, mavi-yaka, tamamen Amerikalı Dürüst: Samimi, gerçek, ahlaklı, düşünceli, şefkatli. Haysiyetli: Orijinal, eşsiz, yaşlanmayan, klasik, eski moda Neşeli: Duygusal, arkadaş canlısı, sıcakkanlı, mutlu.	Campbell's, Hallmark, Kodak.
Coşku	Cesur: Moda, heyecan verici, olağan dışı, gösterişli, kışkırtıcı Canlı: Havalı, genç, canlı, girişken, maceracı. Hayal Gücü Geniş: Eşsiz, esprili, şaşırtıcı, sanatsal, eğlenceli. Güncel: Bağımsız, çağdaş, yenilikçi, saldırgan.	Porsche, Absolut, Benetton.
Yeterlilik	Güvenilir: Çalışkan, güvenli, etkin, güvenilir, dikkatli Zeki: teknik, kurumsal, ciddi Başarılı: lider, kendinden emin, nüfuzlu.	Amex, CNN, IBM.
Çok Yönlülük	Üst sınıf: Büyüleyici, yakışıklı, iddialı, çok yönlü	Lexus, Mercedes, Revlon.

	Cazibeli: Dişil, pürüzsüz, seksi, nazik	
Sertlik	Açık havaya uygun: Erkeksi, batılı, hareketli, atletik Çetin: Dayanıklı, güçlü, akıllı	Levi's, Malboro, Nike.

Kaynak: Özgüven ve Karataş, (2010): "Genç Tüketicilerin Marka Kişiliği Algılamalarının Cinsiyete Göre Değerlendirilmesi: McDonald's ve Burger King", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 1 (11): 139-159.

3. Metodoloji

İstanbul'da yer alan 5 yıldızlı otel işletmelerinde geceleme deneyimi olan turistlerin ve ziyaretçilerin otelleri nasıl algıladıkları bir diğer ifade ile nasıl kişiselleştirdiklerine ve bu kişiselleştirme ile ilgili olan algıların cinsiyet bakımından kıyaslandığı bu çalışmada yüz yüze anket yöntemi tercih edilmiştir. Anket şirketi aracılığı ile ve tesadüfi örnekleme yöntemi ile toplam 505 adet anket yapılmış; ve bunlardan yalnızca 478 soru formu analize tabi tutulmuştur. Verilerin toplanması esnasında turistlerin geceleme yaptıkları otellere gidilmiş ve bizzat yüz yüze iletişim yöntemi ile katılımcıların soru formunu doldurmaları istenmiştir. Çalışmada Aaker'in (1997) beş boyutlu marka kişiliği ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin boyutları ise samimiyet, coşku, yeterlilik, sofistike ve sertlik şeklindedir. 42 adet ifadeden ve beş boyuttan oluşan ölçek için faktör analizi yapılmış, sonrasında ise elde edilen değişkenlere bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Ölçekte yer alan sorular 5'li likert ölçeğine uygun olarak sorulmuş olup; 1 "kesinlikle katılmıyorum"u 5 ise "kesinlikle katılıyorum"u temsil etmektedir.

Tablo 1. Marka Kişiliği Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçekler	Boyutları	Cronbach Alfa (α) katsayıları	
Marka Kişiliği	Heyecanlılık	0,946	0,961
	Yeteneklilik	0,957	
	Samimiyet	0,917	

42 ifade ve beş boyuttan oluşan marka kişiliği ölçeği için yapılan güvenirlilik analizi ve faktör analizi sonucu, ölçekte yer alan ifade sayısı 26'a düşmüş ve analiz sonucunda heyecanlılık, yeteneklilik, samimiyet olmak üzere yalnızca üç boyut elde edilmiştir. Ölçekte kalan her bir değişkenin güvenirliliğinin testi için Cronbach Alfa katsayısı dikkate alınmış ve elde edilen katsayıların kabul gören sınır değerin (%70) üstünde olduğu tespit edilmiştir. Bu durum ise analiz sonucunda elde edilen ifadelerin iç tutarlılıklarına işaret etmektedir.

Tablo 2. Marka Kişiliği Ölçeğinin Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Madde	Faktör Yük Değerleri			Özdeğer	Varyans Açıklama Oranı (%)
	Heyecanlılık	Yeteneklilik	Samimiyet		
H1	.794			13,984	25,966
H2	.740				
H3	.799				
H4	.704				
H5	.756				
H6	.779				
H9	.642				
H10	.780				
H11	.654				
H7	.647				
Y1		.850		2,551	25,064
Y2		.762			
Y3		.869			
Y4		.836			
Y5		.687			
Y6		.802			
Y7		.851			
Y9		.646			
SAM2			.652		
SAM3			.760		

SAM4			.611	2,021	20,340
SAM5			.750		
SAM6			.598		
SAM9			.686		
SAM10	-	-	.843		
SAM11			.860		
Toplam					71,369

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterlilik Ölçütü: 0,901

Bartlett Testi : (χ2=14191.410; df=325; p=0,000; p<0,05)'

Marka kişiliği ölçeğinin yapı geçerliliğin test edilebilmesi için yapılan açımlayıcı fatör analizi sonucunda elde edilen değişkenler sırasıyla heyecanlılık, yeteneklilik ve samimiyet şeklindedir. Bu değişkenler elde edilirken faktör öz değerleri ve çizgi grafiği dikkate alınmıştır. Her bir değişkenin varyansa yapmış oldukları katkı dikkate alındığında heyecanlılık %25.966, yeteneklilik %25.064 ve samimiyet ise %20.340 olarak tespit edilmiş ve tüm bu değişkenlerin varyansa yapmış olduğu toplam katkının ise %71.369 olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 3. Turistlerin Marka Kişiliğine Yönelik Tutumlarının Cinsiyet Bakımından Değerlendirilmesi

	Cinsiyet	**N**	Mean	SS	SD	t	P
Heyecanlılık	Kadın	202	-.1696157	1.17296693	345.463	-3.234	.001
	Erkek	235	.1457973	.79702187			
Yeteneklilik	Kadın	202	.0925003	.95875900	432.197	1.807	.071
	Erkek	235	-.0795109	1.02952769			
Samimiyet	Kadın	202	-.1300919	1.10150411	385.838	-2.497	.013
	Erkek	235	.1118237	.89099779			

Tablo 2'de görüldüğü üzere kadın turistlerin otel işletmelerine yönelik heyecanlılık tutumları (M =-.1696157, SD =335), erkek turistlerin otel işletmelerine yönelik heyecanlılık tutumlarına kıyasla daha düşük olduğu tespit edilmiştir (M = .1457973, SD =345.463). Bağımsız örneklem t testi sonucu kadın ve erkek turistlerin heyecanlılık tutumlarının grup ortalamaları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olduğu gözlenmektedir (t=-3.234, p=.001).

Tabloya göre kadın turistlerin otel işletmelerine yönelik yeteneklilik tutumu ile erkek turistlerin otel işletmelerine yeteneklilik tutumları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (t=-1.807, p=.071).

Kadın ve erkek turistlerin otel işletmelerine yönelik samimiyet tutumlarının grup ortalamaları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir (t=-2.497, p=.013). Kadın turistlerin otel işletmelerine yönelik samimiyet tutumları (M= -.1300919, SD=435), erkek turistlerin otel işletmelerine yönelik samimiyet tutumlarına (M= .1118237, SD= 385.838) kıyasla daha düşük olduğu gözlemlenmiştir.

4. Sonuç

Bu çalışma turizm sektöründe ve özellikle otel işletmelerinde markalaşmanın önemine dikkat çekmek amacı ile gerçekleştirilmiş ve bu bakımdan otellerin turistlerce nasıl algılandığına bir diğer ifade ile nasıl kişiselleştirildiğine vurgu yapmıştır. Böylece turistlerce otel işletmelerinin nasıl algılandığı ve otel işletmelerine yönelik hangi tür tutumların oluştuğu tespit edilmiştir. Bu amaçla öncelikle marka kişiliğine ilişkin literatür taranmış sonrasında ise elde edilen soru formları SPSS 20 ile analize tabi tutulmuştur.

478 adet soru formunun analize tabi tutulduğu çalışmada ölçeğin geçerliliği ve güvenirliliğinin testi yapılmıştır. Yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda 5 boyut ve 42 ifadeden oluşan ölçek, 26 ifade ile üç boyuta indirgenmiştir. Faktör analizi sonucu her bir değişkenin varyansa yaptıkları katkı sırasıyla heyecanlılık %25.966, yeteneklilik %25.064 ve samimiyet ise %20.340 olarak tespit edilmiş ve üç değişkenin toplam katkısının ise %71.369 olduğu gözlemlenmiştir. Bu değerler turistlerin otel işletmelerine yönelik heyecanlılık, yeteneklilik ve samimiyet tutumlarının oluştuğuna işaret etmektedir. Sertlik ve sofistike (çok yönlü olma) ile ilgili algılarının oluşmadığı da elde edilen tespitler arasındadır. Bir başka ifade ile turistler öncelikle heyecanlı, yetenekli ve

samimi olarak kişiselleştirdiği otelleri tercih ettikleri ve otel işletmelerine yönelik bu algılarının oluştuğu tespit edilmiştir.

Otel işletmelerine yönelik marka kişiliğine ilişkin turist algısının cinsiyet bakımından farklılaşıp farklılaşmadığının test edilmesi için yapılan bağımsız grup t testi analizi sonucundan kadın turistlerin otel işletmelerine yönelik samimiyet tutumları (M= -.1300919, SD=435), erkek turistlerin otel işletmelerine yönelik samimiyet tutumlarına (M= .1118237, SD= 385.838) kıyasla daha düşük olduğu; kadın turistlerin otel işletmelerine yönelik heyecanlılık tutumları (M =-.1696157, SD =335), erkek turistlerin otel işletmelerine yönelik heyecanlılık tutumlarına kıyasla daha düşük olduğu tespit edilmiştir (M = .1457973, SD =345.463). gözlemlenmiştir. Özetle erkek turistler kadın turistlere kıyasla otel işletmelerini daha samimi ve daha heyecanlı olarak algılamışlar; otel işletmelerine yönelik bu yönde tutum geliştirmişlerdir.

Kaynakça

Aaker, J. L. (1997). Dimensions of Brand Personality, Journal of Marketing Research, Vol. 34, (3): 347-356.

Altunışık, R., Özdemir, Ş.ve Torlak, Ö., Modern Pazarlama, Değişim Yayınları, Sakarya, 2006.

Çakırer M. A., Marka Yönetimi ve Marka Stratejileri, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa, 2013, s. 22, 28.

Dal, V., Farklı Kişilik Özelliklerine Sahip Bireylerin Risk Algılarının Tüketici Davranışı Açısından İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, (Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Isparta 2009.

Gardner, B.B. & Levy, S.J. (1955) The Product and the Brand, Harvard Business Review, March-April, pp. 33-39.

Kapferer, J. N., The Strategic Brand Management Advanced Insights and Strategic Thinking, KoganPage, New Delhi, 2013, s. 159.

Kassarjian, H. H. (1971), "Personality and Consumer Behaviour: A Review", Journal of Marketing Research, Volume 8 (4): 40-418.

Kozak, N., Turizm Pazarlaması, Detay Yayıncılık, Ankara, 2012, s. 150- Tayfur, G., Tüketicilerin Yerli ve Yabancı Markalara Yönelik Marka Kişiliği Algısı ve Marka Bağlılığı İlişkileri Üzerine Bir Araştırma (Beyaz Eşya Sektöründe Bir Araştırma), (Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Basılmamış Doktora Tezi), Erzurum 2012:152.

Özgüven, N. ve Karataş, E. (2010): "Genç Tüketicilerin Marka Kişiliği Algılamalarının Cinsiyete Göre Değerlendirilmesi: McDonald's ve Burger King", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 1 (11): 139-159.

Öztürk, R. G., Marka Farkındalığı Yaratmada Ürün Yerleştirmenin Etkisi, (Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklamcılık ve Tanıtım Bilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul 2007.

Plummer, J. T. (1984-1985). How Personality Makes a Difference. Journal of Advertising Research, 24: 27-31.

Rakocevic, I., Brand Personality, Grin Verlag, Vien, 2011. s.8.

Rızaoğlu, B., Turizm Pazarlaması, Detay Yayıncılık, Ankara, 2004.

Unurlu, Ç. (2016). Marka Performansının, Kültürün ve Marka Kişiliğinin Marka Sadakati Üzerine Etkisi: İstanbul'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama (Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Basılmamış Doktora Tezi), Edirne.

Venkataraman, S. and Kadiyali, V. (2005), An Aggregate Generalized Nested Logit Model of Consumer Choices: An Application to the Lodging Industry. Johnson School Research Paper Series No. 12-07. http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1019534

Gökçeada İlçesinde Organik Arıcılık Yapan İşletmelerin Sosyo-Ekonomik Yapısı ve Pazarlama Olanakları*

Öğr. Gör. Dr. Damla Özsayın[1] **Prof. Dr. Sibel Tan[2]** **Dr. Öğr. Üyesi Bengü Everest[3]**

[1]Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Gökçeada Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Organik Tarım İşletmeciliği Bölümü, dozsayin@comu.edu.tr

[2]Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, sibeltan@comu.edu.tr

[3] Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, beverest@comu.edu.tr

Özet: Türkiye'nin sahip olduğu coğrafi konum ve zengin bitki örtüsü, organik arıcılık faaliyetinin gelişiminde önemli rol oynamaktadır. Özellikle, son yıllarda organik ürünlere olan tüketici taleplerinin artması ile üreticilerin organik arıcılık faaliyetine olan ilgileri de giderek artmaktadır. Bu çalışmada; organik arıcılık açısından önemli bir konuma sahip olan Çanakkale ili Gökçeada ilçesinde, organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan üreticilerin sosyo-ekonomik yapısı ve pazarlama olanaklarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın ana materyalini, tamsayım yöntemi kullanılarak Gökçeada ilçesi ve köylerinden belirlenen organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan 41 işletmeden anket yoluyla elde edilen veriler oluşturmaktadır. Araştırma sonuçları, işletmelerin kovan sayılarına göre oluşturulan işletme grupları açısından değerlendirilmiştir. Bu sonuçlara göre; üreticilerin genel yaş ortalaması 48.5, ortalama eğitim süresi 10.4 yıl ve ortalama hanehalkı büyüklüğü ise 3.5 kişi olarak bulunmuştur. İncelenen işletmelerde, üreticilerin önemli bir kısmının çiftçiliğin (%36.6) yanısıra tarım dışı işlerle de (%63.4) uğraştığı ve %31.7'sinin ise gelir miktarının 40.001TL-50.000TL arasında olduğu belirlenmiştir. Çalışmada, üreticilerin tamamının organik bal satışı yaptığı ve bu satışlarda ise en fazla yerel pazarları (%62.9) tercih ettikleri saptanmıştır. Sonuç olarak, etkin ve geliştirilmiş bir pazarlama alt yapısı ile ilçedeki organik arıcılık faaliyetinin daha rasyonel bir yapı kazanabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bal, Gökçeada, Organik Arıcılık, Pazarlama

1. GİRİŞ

Organik tarımın ayrılmaz bir parçası olan organik hayvancılık, hayvanların organik yemlerle beslendiği, verimi arttırmak için hormon ve antibiyotik gibi katkıların kullanılmadığı ve üretimin her aşamasının kontrollü ve sertifikalı olarak gerçekleştirildiği bir üretim faaliyeti olarak tanımlanmaktadır (Gül vd., 2005: 63, Ertürk ve Yılmaz, 2013: 36). Organik hayvancılığın uygulandığı alanlardan biri de organik arıcılık faaliyetidir. Bu üretim faaliyetinin ise organik tarım içerisinde önemli bir yeri bulunmaktadır. Çünkü; organik arıcılık faaliyetinde bu uygulamanın yapıldığı alanlarda, kıymetli arı ürünleri elde edilirken döllenme yoluyla da bitkisel üretimin kalitesinin arttırılmasına katkı sağlanmaktadır (Ertürk ve Yılmaz, 2013: 36). Bu nedenle; Türkiye'de 1980'lerin başından itibaren hızla yaygınlaşan organik tarım uygulamaları, özellikle son yıllarda kendini organik arıcılık faaliyetinde de göstermiştir.

Türkiye'de 2017 yılı itibariyle organik arıcılık faaliyetinde, toplam kovan varlığının 48153 adet olduğu, bal üretim miktarının ise 393.2 ton olduğu belirlenmiştir (TUİK, 2017). Organik arıcılık faaliyeti açısından zengin floraya sahip illerinden biri olan Çanakkale'nin Gökçeada ve Ezine ilçelerinde ise 2017 yılı itibariyle üreticilerin sahip oldukları 465 kovan arısından 8694 kg organik bal elde edilmiştir (GTHB, 2017). Bu durum, Gökçeada ve Ezine ilçelerinin organik arıcılık faaliyeti açısından önemli bir konuma sahip olduğunu göstermektedir. Adaların etrafı suyla çevrili kara parçası olma özellikleri nedeniyle onların ana karaya göre farklı bir sosyo-ekonomik yapı kazanmasının yanısıra Gökçeada'da uzun yıllar kimyasal gübre ve ilaç kullanımının az olması ve sanayileşmenin olmaması gibi bazı özellikler, ilçenin organik arıcılık faaliyeti konusunda daha avantajlı olmasını sağlamıştır (Emecen, 2002: 56). İlçenin bu stratejik konumu nedeniyle bu çalışmada, araştırma alanı olarak Gökçeada ilçesinin seçilmesine karar verilmiştir.

Organik arıcılık konusunda çok sayıda yerli ve yabancı literatür bulunmaktadır. Daha önce yapılmış olan bilimsel çalışmaların önemli bir kısmı, bu faaliyet alanını ya genel uygulamalar ile sosyo-ekonomik açıdan değerlendirerek pazarlama sorunlarını ele almakta ya da konvansiyonel ve organik arıcılık ile uğraşan işletmeleri üretimleri açısından karşılaştırmaktadır (Tzouvelekas vd., 2001: 550; Lansink vd., 2002: 52; Köksal,

*Bu çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimince Desteklenmiştir. Proje Numarası: FBA-2017-1220

2009: 188; Olgun, 2008: 45). Çalışma konusuyla ilgili incelenen literatürler kapsamında, organik arıcılık faaliyeti ile ilgili daha önce Gökçeada ilçesinde yapılmış herhangi bir çalışmaya da rastlanamamıştır. Bu nedenle, bu çalışmanın organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan üreticilerin profil yapısının belirlenmesi ve ürün pazarlama olanaklarının ortaya konulması açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışmada, organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan üreticilerin sosyo-ekonomik yapısının ve ürün pazarlama olanaklarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Gökçeada ilçesinde organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan üretici sayısı 53 olup, bu üreticilerin 41'i sertifikalı, 12'si ise geçiş sürecinde olan üreticilerdir. Bu durumdan hareketle, çalışmadan elde edilecek verilerin güvenilirliği ve elde edilen sonuçların yorumlanabilirliği açısından bu araştırma kapsamında, sadece organik tarım sertifikasına sahip organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan üreticilere yer verilmiştir. Araştırmadan elde edilen bulguların ise ilçe ekonomisine ve ilçedeki organik arıcılık faaliyetlerinin geliştirilmesine katkı sağlaması beklenmektedir.

2. MATERYAL ve METOT

2.1. Materyal

Bu çalışmada, araştırma materyali olarak birincil ve ikincil veri kaynaklarından yararlanılmıştır. Gökçeada ilçesinde organik arıcılık yapan üreticiler ile gerçekleştirilen anketler, araştırmanın birincil veri kaynaklarını oluştururken araştırma konusu ile ilgili bazı kamu kurumlarının yapmış oldukları yayınlar ve istatistiki çalışmalar ise ikincil veri kaynaklarını oluşturmaktadır.

2.2. Metot

Gökçeada ilçesinin merkez ve köylerinde, organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan işletmelerin belirlenmesi aşamasında İlçe Gıda,Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğünün 2016 yılı kayıtlarından yararlanılmıştır (GTHB, 2017). Bu sonuçlara göre; ilçede organik arıcılık yapan üretici sayısının 53 olduğu belirlenmiştir. Bu sayının ise 41'ini sertifikalı, 12'sini de geçiş sürecindeki üreticiler oluşturmaktadır. İlçenin organik arıcılık faaliyeti ile ilgili veri ve bilgileri dikkate alındığında; araştırma verilerinin güvenilirliği ve sonuçların yorumlanabilirliği açısından çalışmanın ana kitlesi, organik tarım sertifikasına sahip organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan üreticiler olarak belirlenmiştir.

Araştırma populasyonu hakkında istenilen bilgiye ulaşmada, populasyonun tamamının analiz kapsamına alınmasına tamsayım yöntemi adı verilmektedir. Bu yöntemin ise bir araştırmada kullanılabilmesi için populasyon büyüklüğünün belirlenen zaman ve maddi olanaklar gibi kısıtlamalara da uygun olması gerekmektedir (Karagölge ve Peker, 2002: 313). Çalışmadaki toplam üretici sayısının 41 olması, araştırma kapsamında belirlenen zaman ve maddi olanaklara göre bu işletmelerin tamamına ulaşılabilme imkânının olması nedeniyle; bu çalışmada, tamsayım yönteminin kullanılmasına karar verilmiştir. Araştırma verileri anket yoluyla elde edilmiş olup, anketlerin uygulanması aşamasında yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Anket uygulanan işletmeler ise ilçenin merkez ve köylerinde dağılım göstermektedir (Tablo 1).

Tablo 1. Anket Uygulanan İşletme Sayısı

İl	İlçe	Köy	Organik arıcılık
Çanakkale	Gökçeada	Merkez	7
		Eski Bademli	3
		Yeni Bademli	3
		Şirinköy	5
		Tepeköy	3
		Dereköy	7
		Uğurlu	5
		Eşelek	4
		Zeytinliköy	4
Toplam			41

Kaynak: Anonim (2016)

Bu çalışmada, üreticilerin sosyo-ekonomik yapısı ve onların ürün pazarlama olanakları ile ilgili değerlendirme yapılırken elde edilen sonuçların işletme büyüklüklerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için işletmeler, kovan sayılarına göre gruplara ayrılmıştır. Buna göre; kovan sayısı 58 ve altında olan işletmeler 1.

grup (%56.1), 59-103 arasında olanlar 2. grup (%36.6) ve 104 kovan ve üzerinde olanlar ise 3. grup (%7.3) işletmeler olarak belirlenmiştir. Araştırma populasyonun tanımlayıcı istatistiklerinin belirlenmesi aşamasında, oransal değerler (%) ve ortalamalardan yararlanılmıştır (Uzgören, 2012: 31). Çalışma verilerinin analizinde ise SPSS paket programı kullanılmıştır (SPSS, 2008: 274). Üreticilerin ürün pazarlama olanaklarına ilişkin veri ve bilgiler ise şematik olarak ifade edilerek açıklanmıştır (Güngör vd., 2014: 1469).

3. BULGULAR ve TARTIŞMA

Çalışmanın bu bölümde, organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan üreticilerin sosyo-ekonomik yapısına ve ürün pazarlama olanaklarına ilişkin sonuçlara yer verilmiştir.

3.1. Üreticilerin Sosyo-Ekonomik Yapısı

Organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan üreticilerin %36.6'sının 49-58 yaş aralığında ve %14.6'sının ise 59 yaş ve üzerinde olduğu belirlenmiştir. Üreticilerin genel yaş ortalaması da 48.5 olarak bulunmuştur (Tablo 2). Bu durum, işletme grupları açısından incelendiğinde; 1. grup ve 3. grup işletmelerde üreticilerin sırasıyla %47.8'i ve %66.7'si 49-58 yaş aralığında, 2. grup işletmelerde ise üreticilerin %46.7'sinin 39-48 yaş aralığında olduğu belirlenmiştir. Buna göre; Gökçeada ilçesinde organik arıcılık yapan üreticilerin yaş dağılımları bakımından işletme grupları arasında önemli bir farklılığın olmadığı ve üreticilerin büyük çoğunluğunun 39 ile 58 yaş aralığında olduğu söylenebilir. İzmir ilinde yürütülen bir çalışmada, organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan üreticilerin yaş ortalamasının 41 olduğu belirlenmiştir (Saner vd., 2011: 56). Bu sonuçlara göre; araştırma alanındaki üreticilerin genel yaş ortalamasının İzmir ilindeki üreticilerden daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 2. Üreticilerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş Grupları	İşletme Grupları											
	1. Grup			2. Grup			3. Grup			Genel Toplam		
	Sayı	%	$\bar{X}$	Sayı	%	$\bar{X}$	Sayı	%	$\bar{X}$	Sayı	%	$\bar{X}$
29-38	4	17.4		4	26.7		-	-		8	19.5	
39-48	5	21.7		7	46.7		-	-		12	29.3	
49-58	11	47.8		2	13.3		2	66.7		15	36.6	
≥59	3	13.0		2	13.3		1	33.3		6	14.6	
Toplam	23	100.0	49.6	15	100.0	45.2	3	100.0	57.0	41	100.0	48.5

Üreticilerin eğitim durumları incelendiğinde; %48.8'inin lise mezunu olduğu ve %7.3'ünün ise ilkokul mezunu olduğu belirlenmiştir. Eğitim süresi ise ortalama 10.4 yıldır (Tablo 3). Bu durum, işletme grupları açısından incelendiğinde; 1. grup ve 2. grup işletmelerde üreticilerin sırasıyla %52.2'sinin ve %53.3'ünün lise mezunu olduğu, 3. grup işletmelerde ise üreticilerin %66.7'sinin üniversite mezunu olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre; ilçede organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan üreticilerin %92.7'sinin ortaokul ve üzeri eğitim seviyesine sahip olduğu ve ilkokul mezunu üretici sayısının da oldukça az olduğu görülmektedir. İzmir ilinde yürütülen bir çalışmada, organik arıcılık yapan üreticilerin ortalama eğitim süreleri 7.8 yıl olarak bulunmuştur (Saner vd., 2011: 56). Bu sonuçlara göre; araştırma alanındaki üreticilerin eğitim süresinin, İzmir ilindeki üreticilerin eğitim süresinden (7.8 yıl) daha fazla olduğunu söylemek mümkündür. Bu durumdan hareketle, ilçedeki üreticilerin organik arıcılık faaliyeti ile ilgili yenilik ve uygulamaları takip etme olasılıklarının diğer üreticilere göre daha fazla olması ve bu faaliyet alanı ile ilgili gelişmelere de daha kolay uyum sağlaması beklenmektedir.

Tablo 3. Üreticilerin Eğitim Durumu

Eğitim Durumu	İşletme Grupları											
	1. Grup			2. Grup			3. Grup			Genel Toplam		
	Sayı	%	$\bar{X}$	Sayı	%	$\bar{X}$	Sayı	%	$\bar{X}$	Sayı	%	$\bar{X}$
İlkokul mezunu	1	4.3		2	13.3		-	-		3	7.3	
Ortaokul mezunu	6	26.1		4	26.7		1	33.3		11	26.8	
Lise mezunu	12	52.2		8	53.3		-	-		20	48.8	
Üniversite mezunu	4	17.4		1	6.7		2	66.7		7	17.1	
Toplam	23	100.0	10.6	15	100.0	9.7	3	100.0	12.7	41	100.0	10.4

Organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan üreticilerin hanehalkı büyüklükleri incelendiğinde; %53.7'sinin hanehalkı birey sayısının 3-4 kişi arasında olduğu, %24.4'ünün 1-2 kişi arasında olduğu ve %21.9'unun ise 5 kişi ve üzerinde olduğu belirlenmiştir. Üreticilerin ortalama hanehalkı büyüklüğü ise 3.5 kişi olarak bulunmuştur (Tablo 4). Bu durum, işletme grupları açısından incelendiğinde; 1. grup, 2. grup ve 3. grup işletmelerde hanehalkı birey sayısının en fazla 3 ile 4 kişi arasında olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre; üreticilerin büyük çoğunluğunun hanehalkı birey sayısının 3 ile 4 kişi arasında değiştiğini ve onların küçük aile işletmelerinden oluştuğunu söylemek mümkündür. İzmir ilinde yürütülen bir çalışmada, organik arıcılık yapan üreticilerin hanehalkı birey sayısının 4 kişi olduğu belirlenmiştir (Saner vd., 2011: 56). Bu sonuçlara göre; araştırma alanından elde edilen bulguların İzmir ilinde yürütülen çalışma sonuçları ile benzer olduğu ifade edilebilir. Ayrıca; Gökçeada ilçesindeki işletmelerde, üreticilerin ortalama hanehalkı büyüklüğünün (3.5 kişi) Türkiye ortalamasının (3.4 kişi) biraz üzerinde olduğunu söylemek mümkündür (TUİK, 2017).

Tablo 4. Üreticilerin Hanehalkı Büyüklüğü

Hanehalkı Birey Sayısı	İşletme Grupları											
	1. Grup			2. Grup			3. Grup			Genel Toplam		
	Sayı	%	$\bar{X}$	Sayı	%	$\bar{X}$	Sayı	%	$\bar{X}$	Sayı	%	$\bar{X}$
1-2	7	30.4		3	20.0		-	-		10	24.4	
3-4	10	43.5		9	60.0		3	100.0		22	53.7	
≥5	6	26.1		3	20.0		-	-		9	21.9	
Toplam	23	100.0	3.4	15	100.0	3.5	3	100.0	4.0	41	100.0	3.5

Üreticilerin tarımsal faaliyet, arıcılık ve organik arıcılık deneyimleri incelendiğinde; tarımsal faaliyet deneyimlerinin ortalama 16.1 yıl, arıcılık deneyimlerinin ortalama 8.9 yıl ve organik arıcılık deneyimlerinin ise ortalama 6.4 yıl olduğu belirlenmiştir (Tablo 5). Bu durum, işletme grupları açısından incelendiğinde; üreticilerin tarımsal faaliyet, arıcılık ve organik arıcılık deneyimleri sırasıyla 1. grup işletmelerde 17.0 yıl, 8.7 yıl ve 6.5 yıl olarak, 2. grup işletmelerde 13.7 yıl, 8.4 yıl ve 5.8 yıl olarak, 3. grup işletmelerde ise 21.7 yıl, 13.5 yıl ve 8.3 yıl olarak bulunmuştur. İzmir ilinde yürütülen bir çalışmada ise üreticilerin tarımsal faaliyetteki deneyimleri 26 yıl ve organik arıcılık faaliyetindeki deneyimleri ise 14.6 yıl olarak bulunmuştur (Saner vd., 2011: 56). Bu sonuçlara göre; araştırma alanındaki üreticilerin hem tarımsal faaliyet hem de organik arıcılık faaliyeti bakımından, İzmir ilinde organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan üreticilerden daha az deneyime sahip oldukları söylenebilir.

Tablo 5. Üreticilerin Tarım ve Arıcılık Faaliyetlerine İlişkin Deneyimleri

Faaliyet Süresi (Yıl)	İşletme Grupları											
Tarımsal Faaliyet Deneyimi	1. Grup			2. Grup			3. Grup			Genel Toplam		
	Sayı	%	$\bar{X}$	Sayı	%	$\bar{X}$	Sayı	%	$\bar{X}$	Sayı	%	$\bar{X}$
1-8	6	26.1		3	20.0		-	-		9	21.9	
9-17	7	30.4		9	60.0		2	66.7		18	43.9	
18-26	6	26.1		2	13.3		-	-		8	19.5	
27-35	3	13.0		-	-		-	-		3	7.3	
≥36	1	4.3		1	6.7		1	33.3		3	7.3	
Toplam	23	100.0	17.0	15	100.0	13.7	3	100.0	21.7	41	100.0	16.1
Arıcılık Deneyimi	Sayı	%	$\bar{X}$	Sayı	%	$\bar{X}$	Sayı	%	$\bar{X}$	Sayı	%	$\bar{X}$
≤5	8	53.3		5	45.5		-	-		13	46.4	
6-11	2	13.3		3	27.2		1	50.0		6	21.4	
≥12	5	33.3		3	27.2		1	50.0		9	32.1	
Toplam	15	100.0	8.7	11	100.0	8.4	2	100.0	13.5	28	100.0	8.9
Organik Arıcılık Deneyimi	Sayı	%	$\bar{X}$	Sayı	%	$\bar{X}$	Sayı	%	$\bar{X}$	Sayı	%	$\bar{X}$
≤4	9	39.1		7	46.7		-	-		16	39.0	

5-9	8	34.8		6	40.0		1	33.3		15	36.6	
≥10	6	26.1		2	13.3		2	66.7		10	24.4	
Toplam	23	100.0	6.5	15	100.0	5.8	3	100.0	8.3	41	100.0	6.4

Üretici beyanları doğrultusunda; üreticilerin bir yıllık tarımsal faaliyetleri sonucunda elde ettikleri tarımsal gelirler incelendiğinde; elde edilen tarımsal gelirler en yüksek orandan en düşük orana doğru sıralandığında, bu oranlar %31.7 (40.001TL-50.000TL), %24.4 (60.001TL ve üzerinde), %17 (20.001TL-30.000TL), %9.8 (30.001TL-40.000TL), %9.8 (50.001TL-60.000TL) ve %7.3 (10.001TL-20.000TL) olarak bulunmuştur (Tablo 6). Bu durum, işletme grupları açısından incelendiğinde; 1. grup işletmelerde üreticilerin %34.8'inin 40.001TL-50.000TL arasında gelire sahip olduğu, 2. grup işletmelerde üreticilerin %46.7'sinin 60.001TL ve üzerinde gelire sahip olduğu ve 3. grup işletmelerde ise üreticilerin %29.3'ünün 50.000TL-60.001TL arasında gelire sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre; ilçedeki üreticilerin büyük çoğunluğunun 40.001TL-50.000TL arasında gelire sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 6. Üreticilerin Tarımsal Gelir Düzeyi

Tarımsal Gelir (TL/Yıl)	İşletme Grupları							
	1. Grup		2. Grup		3. Grup		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
10.001-20.000	3	13.0	-	-	-	-	3	7.3
20.001-30.000	4	17.4	2	13.3	-	-	6	14.6
30.001-40.000	2	8.7	2	13.3	-	-	4	9.8
40.001-50.000	8	34.8	4	26.7	-	-	12	29.3
50.001-60.000	4	17.4	-	-	2	66.7	6	14.6
≥60.001	2	8.7	7	46.7	1	33.3	10	24.4
Toplam	23	100.0	15	100.0	3	100.0	41	100.0

Kırsal alanda yaşayan üreticiler genelde gelirlerini, tarımsal faaliyetlerden (bitkisel ve hayvansal üretim) sağlamakla birlikte tarım dışı kaynaklardan da elde edilebilmektedir. Buna göre; ilçedeki üreticilerin önemli bir kısmının çiftçiliğin (%36.6) yanısıra tarım dışı işlerle de (%63.4) uğraştığı belirlenmiştir. Tarım dışı işlerle uğraşan üreticilerin %17.1'ini işçi, %14.6'sını emekli, %12.2'sini memur, %12.2'sini esnaf ve %7.3'ünü ise tüccar-serbest meslek sahibi oluşturmaktadır. Gökçeada ilçesinde organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan üreticilerin, tarım dışı kaynaklardan elde ettikleri gelirler incelendiğinde; %42.3'ünün 10.000TL ve altında gelire sahip olduğu, %26.9'unun 20.001TL-30.000TL arasında, %15.4'ünün 30.001TL-40.000TL arasında, %11.5'inin 20.001TL-30.000TL arasında ve %3.8'inin ise 40.001TL-50.000TL arasında gelire sahip olduğu belirlenmiştir (Tablo 7). Bu durum, işletme grupları açısından incelendiğinde; 1. grup (%64.3) işletmelerde elde edilen gelirin 20.001TL ve altında olduğu, 2. grup (%33.3) ve 3. grup (%66.7) işletmelerde ise 20.001TL-30.000TL arasında olduğu saptanmıştır. Bu sonuçlara göre; ilçedeki üreticilerin %42.3'ünün tarım dışı gelir düzeyinin 10.000TL ve altında olduğu söylenebilir. İlçedeki üreticilerin elde ettikleri tarımsal gelirlere ilave olarak tarım dışı gelirlere de sahip olmasının organik arıcılık faaliyetlerinin sürdürülebilirliği açısından önemli olduğu söylenebilir.

Tablo 7. Üreticilerin Tarım Dışı Gelir Düzeyi

Tarım Dışı Gelir (TL/Yıl)	İşletme Grupları							
	1. Grup		2. Grup		3. Grup		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
≤10.000	9	64.3	2	22.2	-	-	11	42.3
10.001-20.000	1	7.1	1	11.1	1	33.3	3	11.5
20.001-30.000	2	14.3	3	33.3	2	66.7	7	26.9
30.001-40.000	2	14.3	2	22.2	-	-	4	15.4
≥40.001	-	-	1	11.1	-	-	1	3.8
Toplam	14	100.0	9	100.0	3	100.0	26	100.0

Sürdürülebilir tarımın başarısı için üreticilerin bilgi ve beceri kazanımlarının yanısıra grup ya da topluluk (kooperatif) olarak faaliyetlerini sürdürebilme yeteneklerinin de olması beklenmektedir. Bu nedenle;

üreticilerin örgütlenme eğilimlerinin düşük olması kırsal gelişmede önemli bir engel olarak görülmektedir (Saner vd., 2011: 90). Bu durumdan hareketle; ilçede organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan üreticilerin kooperatiflere üye olma durumları değerlendirildiğinde; üreticilerin %87.8'inin kooperatiflere üye olduğu ve %12.2'sinin ise üye olmadığı belirlenmiştir (Tablo 8). Buna göre; bazı üreticilerin arıcılar birliğine (%56.1) ve köy kalkınma kooperatiflerine (%14.6) üye olduğu, bazılarının ise birden fazla kooperatife üye (%17.1) oldukları saptanmıştır. Bu durum, işletme grupları açısından incelendiğinde; 1. grup işletmelerin %78.3'ünün, 2. grup ve 3. grup işletmelerin ise tamamının kooperatiflere üye olduğu belirlenmiştir. İzmir ilinde yürütülen bir çalışmada, üreticilerin %56.5'inin herhangi bir kooperatife üye olmadığı saptanmıştır (Saner vd., 2011: 90). Bu sonuçlara göre; araştırma alanındaki üreticilerin kooperatife üye olma oranının İzmir ilindeki üreticilerden daha fazla olduğu söylenebilir. Üreticilerin büyük çoğunluğunun sadece arıcılık birliğine üye olmayı tercih etmeleri ise onların kendi üretim dalları ile ilgili bir kooperatifin çatısı altında toplanmak istemelerinin bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Tablo 8. Üreticilerin Tarımsal Kooperatiflere Üye Olma Durumu

Kooperatif Üyeliği	İşletme Grupları							
	1. Grup		2. Grup		3. Grup		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Üye	18	78.3	15	100.0	3	100.0	36	87.8
Üye değil	5	21.7	-	-	-	-	5	12.2
Toplam	23	100.0	15	100.0	3	100.0	41	100.0

Organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan üreticilerin büyükbaş ve küçükbaş hayvan yetiştiriciliği yapma durumları incelendiğinde; işletmelerin %53.7'sinin hayvancılık faaliyeti ile uğraştığı ve %46.3'ünün ise bu alanda faaliyet göstermediği belirlenmiştir (Tablo 9). Ayrıca, incelenen işletmelerde büyükbaş hayvancılık faaliyeti ile uğraşan üretici sayısının oldukça az olduğu, buna karşın küçükbaş hayvan (keçi ve koyun) yetiştiriciliğinin ise yaygın olarak tüm işletmelerde yapıldığı saptanmıştır. Sadece küçükbaş hayvan yetiştiriciliği yapan üreticilerin oranı ise %29.3'tür. Bu durum, işletme grupları açısından incelendiğinde; tüm işletme gruplarında hem büyükbaş ve hem de küçükbaş hayvan yetiştiriciliğinin yapıldığı görülmüştür. İlçedeki üreticilerin, organik arıcılık faaliyetlerinin yanısıra büyükbaş ve küçükbaş hayvancılık faaliyetlerine de devam etmelerinin işletme gelirleri üzerinde olumlu etkisinin olması beklenmektedir. Çünkü, işletmelerde çeşitli risklere bağlı olarak ortaya çıkabilecek üretim kayıplarının ürün çeşitliliği yoluyla azaltılması ya da ortadan kaldırılmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

Tablo 9. Üreticilerin Hayvan Yetiştiriciliği Yapma Durumları

Hayvan Yetiştiriciliği		İşletme Grupları							
		1. Grup		2. Grup		3. Grup		Genel Toplam	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Yapıyor	Büyükbaş	2	8.7	-	-	-	-	2	4.9
	Küçükbaş	6	26.1	6	40.0	-	-	12	29.3
	Her ikisi	3	13.0	3	20.0	2	66.7	8	19.5
Yapmıyor		12	52.2	6	40.0	1	33.3	19	46.3
Toplam		23	100.0	15	100.0	3	100.0	41	100.0

İlçedeki üreticilerin, organik arıcılık faaliyeti ilgili bilgi aldığı 5 farklı kaynağın olduğu belirlenmiştir. Bu bilgi kaynaklarının %45.7'sini tarım il/ilçe müdürlüğü, %18.1'ini önder çiftçi, %13.3'ünü kooperatif/birlik, %13.3'ünü komşu/arkadaş ve %9.6'sını ziraat mühendisi/teknisyen oluşturmaktadır (Tablo 10). Bu sonuçlara göre; üreticilerin en fazla bilgi aldığı kaynağın tarım il/ilçe müdürlüğü, en az bilgi aldığı kaynağın ise ziraat mühendisi/teknisyen olduğu ifade edilebilir. Bu durum, işletme grupları açısından incelendiğinde; 1. grup (%46.5), 2. grup (%46.8) ve 3. grup (%37.5) işletmelerde üreticilerin en önemli bilgi kaynağının tarım il/ilçe müdürlüğü olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, işletme grupları arasında üreticilerin organik arıcılık konusunda en az bilgi aldığı kaynağın ise ziraat mühendisi/teknisyen olduğu saptanmıştır. İzmir ilinde yürütülen bir çalışmada, üreticilerin organik arıcılık faaliyeti ile ilgili bilgi aldığı ilk üç kaynak; arıcılar birliği, üniversite ve tarım ilçe müdürlüğü olarak belirlenmiştir (Saner vd., 2011: 99). İzmir ve Muğla illerinde yürütülen benzer bir çalışmada ise üreticilerin organik arıcılık konusunda bilgi aldıkları kaynaklar komşu-arkadaş, tarım ilçe müdürlüğü ve dışsatımcı firmalar olarak belirlenmiştir (Saner vd., 2005: 35). Bu sonuçlara göre; araştırma alanından elde

edilen bulguların daha önceki çalışmaların sonuçları ile benzer olduğu söylenebilir. Ayrıca, ilçedeki üreticilerin organik arıcılık faaliyeti ile ilgili farklı bilgi kaynaklarını tercih etmeleri, onların arıcılık faaliyetlerini bilinçli olarak devam ettirme çabasında olduklarının bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Tablo 10. Üreticilerin Organik Arıcılık Konusundaki BilgiKaynakları

Bilgi Kaynakları	İşletme Grupları							
	1. Grup		2. Grup		3. Grup		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Tarım il/ilçe müdürlüğü	20	46.5	15	46.8	3	37.5	38	45.7
Önder çiftçi	8	18.6	5	15.6	2	25.0	15	18.1
Kooperatif/birlik	3	7.0	8	25.0	-	-	11	13.3
Komşu/arkadaş	7	16.3	2	6.3	2	25.0	11	13.3
Ziraat Mühendisi/teknisyen	5	11.6	2	6.3	1	12.5	8	9.6
Toplam*	43	100.0	32	100.0	8	100.0	83	100.0

*Üretici sayısı örnekleme hacmini geçmektedir (satış yeri için birden fazla seçenek mevcut)

3.2. Üreticilerin Organik Balı Pazarlama Kanalları

İlçede, organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan üreticilerin tamamının organik bal satışı yaptığı ve pazarlama aşamasında ise birden fazla pazarlama kanalını tercih ettiği belirlenmiştir. Buna göre; üreticilerin %62.9'unun organik balını yerel pazarda, %14.5'nin hizmet sektörleri (restoran, otel vs.) yoluyla, %11.3'inin toptancılar, %6.5'nin özel firmalar ve %4.8'inin ise internet yoluyla sattıkları belirlenmiştir (Tablo 11). Bu durum, işletme grupları açısından incelendiğinde; 1. grup, 2. grup ve 3. grup işletmelerde üreticilerin tamamı organik bal satışı için en fazla yerel pazarları, en az ise özel firmalar ile internet üzerinden satışları tercih ettikleri görülmüştür. İzmir ilinde yürütülen bir çalışmada, üreticilerin %53.1'inin organik bal satışında en fazla yerel pazarları tercih ettikleri belirlenmiştir. Buna göre; araştırma alanından elde edilen sonuçlar ile daha önceki araştırma sonuçlarının benzer olduğu söylenebilir.

Tablo 11. Üreticilerin Organik Balı Pazarlama Kanalları

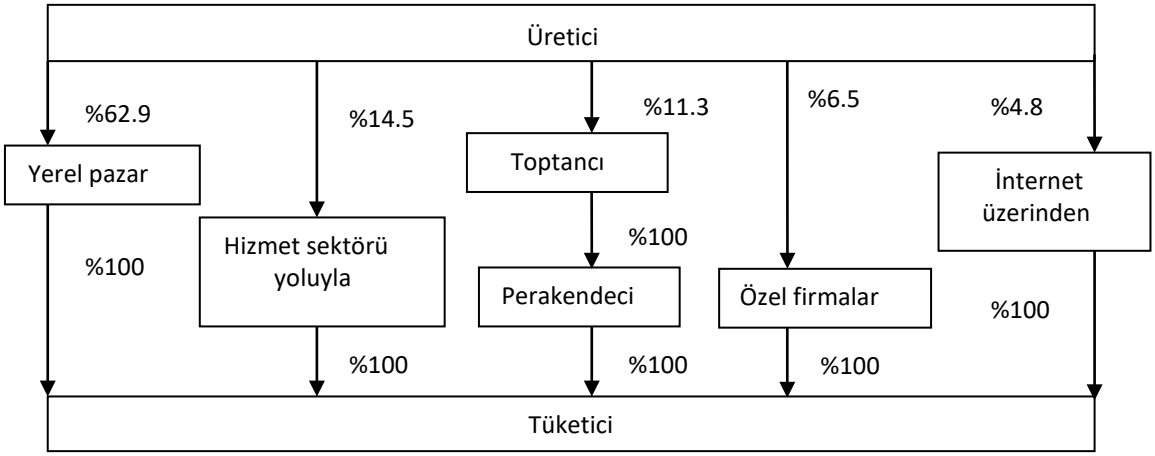
Pazarlama Kanalları	İşletme Grupları							
	1. Grup		2. Grup		3. Grup		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Yerel pazar	22	64.7	14	61.0	3	60.0	39	62.9
Hizmet sektörleri yoluyla (restoran, otel vs.)	6	17.6	3	13.0	-	-	9	14.5
Toptancı	4	11.8	3	13.0	-	-	7	11.3
Özel firmalar	1	2.9	2	8.7	1	20.0	4	6.5
İnternet üzerinden	1	2.9	1	4.3	1	20.0	3	4.8
Toplam*	34	100.0	23	100.0	-	-	62	100.0

*N (işletme) sayısı örnekleme hacmini geçmektedir (satış yeri için birden fazla seçenek mevcut)

Bal dışında diğer arı ürünlerini üreten üreticilerin, ürün pazarlama olanakları incelendiğinde; polen üretimi yapan üreticilerin ürünlerini pazarlama aşamasında, yerel pazar (%80) ve toptancıları (%20) tercih ettiği, propolis üreten üreticilerin toptancı (%50) ve hizmet sektörlerini (%50) tercih ettiği, balmumu üreten üreticilerin ise %66.7'sinin ürettikleri balmumunu satmayarak organik arıcılık faaliyetinde kullandığı, %33.3'ünün ise yerel pazarları tercih ettikleri belirlenmiştir. Ayrıca, işletmelerdeki organik bal satışlarının %95.1'ini peşin ve %4.9'unu ise hem peşin hem de vadeli satışlar oluşturmaktadır. İlçedeki üreticilerin, ürün satışlarında daha çok peşin satışları tercih etmeleri ise onların sattıkları ürünleri kısa sürede nakite çevirme beklentilerinin olduğunu göstermektedir.

Üreticilerin, organik bal satışında tercih ettikleri pazarlama kanalları ise Şekil 1'de şematik olarak açıklanmıştır. Buna göre; ilçedeki üreticilerin organik bal satışında kullandıkları başlıca 5 pazar kanalı bulunmaktadır. Üreticiler, yerel pazar (%62.9), hizmet sektörleri (restoran, otel vs.) (%14.5), toptancılar (%11.3), özel firmalar (%6.5) ve internet (%4.8) yoluyla ürünlerinin tamamını doğrudan tüketicilere satmaktadır. Toptancılara (%11.3) verilen balın ise yine tamamı perakendecilere, perakendecilerden de tüketicilere satılmaktadır (Şekil 1).

Şekil 1. İlçede Organik Bal Pazarlama Kanalları



Şekil 1'deki verilere göre; üreticilerin organik ürün pazarlamasında internet üzerinden satışları pek tercih etmedikleri görülmektedir. Bu durumun nedenleri araştırıldığında; web sitesine sahip üretici sayısının (%7.3) oldukça az olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca göre; üreticilerin gelecekte internet sitesi alma girişimlerinin olup olmayacağı sorulduğunda %41.7'sinin internet sitesi alma eğiliminde oldukları görülmüştür. Bu durumdan hareketle, üreticilerin ürünlerini internet yoluyla tanıtma ve satma eğilimlerine ağırlık vermelerinin ürün satışları üzerinde olumlu etkilerinin olması beklenmektedir. Ayrıca; üreticilerin ürün satışları için yerel pazarlar dışında organik pazarları da tercih etmelerinin, ürünlerinin tanıtılması aşamasında önemli olduğu söylenebilir. İncelenen işletmelerde, üreticilerin organik balı pazarlama aşamasında kooperatif ya da birlikleri de tercih etmedikleri görülmüştür. Bu durumun nedenleri incelendiğinde; üreticiler, organik bal satışlarında kooperatif ya da birliklerin fiyat konusundaki beklentilerini karşılamadığını ve bu nedenle de kendilerinin ürünlerini daha iyi şartlarda değerlendirme imkânlarının olduğunu ifade etmişlerdir. Bu durumdan hareketle, ilçedeki kooperatiflerin pazarlamada daha etkili olmalarına yönelik çalışmalara daha fazla önem verilmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, üreticilerin organik ürün pazarlamada dış pazarları da tercih etmedikleri belirlenmiştir. Buna göre; üreticilere gelecekte organik ürünlerini dış pazarlara satma girişimlerinin olup olmayacağı sorulduğunda; %7.3'ünün ürünlerini dış pazarlara satmak istediği belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre; ilçedeki bazı üreticilerin organik ürün pazarlarını genişletme eğiliminde oldukları söylenebilir.

İncelenen işletmelerde üreticilerin %34.3'ünün ürünlerini arkadaş yoluyla, %30.5'inin komşu/tanıdık yoluyla, %21.9'unun akraba yoluyla, %8.6'sının yerel pazarlar yoluyla ve %4.7'sinin ise internet yoluyla reklam/tanıtımını yaptıkları belirlenmiştir (Tablo 12). Bu durum, işletme grupları açısından incelendiğinde; 1. grup, 2. grup ve 3 grup işletmelerde, üreticilerin ürünlerinin reklam/tanıtımını en fazla arkadaş yoluyla yaptıkları belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre; üreticilerin ürünlerinin reklam/tanıtımında interneti pek tercih etmedikleri görülmektedir. Bu nedenle; ilçedeki üreticilerin daha geniş kitlelere ulaşarak ürünlerini tanıtmak ya da reklamını yapmak için internet yoluyla yapılacak reklam/tanıtımlara da yer vermelerinin önemli olduğu söylenebilir.

Tablo 12. Organik Balın Reklam/Tanıtımı

Reklam/Tanıtım	İşletme Grupları							
	1. Grup		2. Grup		3. Grup		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Arkadaş	19	34.5	14	34.1	3	32.4	36	34.3
Komşu/tanıdık	18	32.7	11	26.8	3	32.4	32	30.5
Akraba	12	21.8	8	19.5	3	33.3	23	21.9
Yerel pazar	5	9.1	4	9.8	-	-	9	8.6
İnternet	1	1.8	4	9.8	-	-	5	4.7
Toplam*	55	100.0	50	100.0	9	100.0	105	100.0

*Üretici sayısı örnekleme hacmini geçmektedir (satış yeri için birden fazla seçenek mevcut)

Organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan üreticilerin, organik balı pazarlama aşamasında karşılaştıkları sorunlar incelendiğinde; üreticilerin %29.1'inin satış, %23.9'unun reklam, %21.4'ünün ambalajlama ve %20.5'inin ise taşıma ile ilgili sorunlarla karşılaştıkları, %5.1'i ise herhangi bir sorun ile karşılaşmadığı belirlenmiştir (Tablo 13). Üreticilerin bu sorunları işletme grupları açısından incelendiğinde; 1. grup ve 2. grup işletmelerde üreticilerin en fazla satış aşamasında, 3. grup işletmelerin ise en fazla satış ve taşıma aşamasında sorun yaşadıkları belirlenmiştir. Üreticilere, karşılaştıkları bu sorunların nedenleri sorulduğunda; satış sırasında yaşanan sorunlara üreticilerin pazarlama olanaklarındaki yetersizliğin etkili olduğu, reklam ve ambalajlama ile ilgili sorunlara finansman yetersizliğinin, taşıma ile ilgili sorunlara ise taşıma maliyetlerindeki yüksekliğin neden olduğu ifade edilmiştir. Bu sonuçlara göre; ilçedeki üreticilerin pazardaki payının artmasında, daha fazla ürün tanıtımına yönelinmesinin, reklam ve ambalajlama için de gerekli olan finansman kaynağının sağlanmasının, taşıma maliyetlerinin azaltılmasında ise seçilen pazarın uygunluğunun önemli olduğu söylenebilir.

Tablo 13. Organik Balı Pazarlamada Karşılaşılan Sorunlar

Karşılaşılan Sorunlar	İşletme Grupları							
	1. Grup		2. Grup		3. Grup		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Satış	19	30.6	13	26.5	2	33.3	34	29.1
Reklam	16	25.8	12	24.5	-	-	28	23.9
Ambalajlama	12	19.4	12	24.5	1	16.7	25	21.4
Taşıma	12	19.4	10	20.4	2	33.3	24	20.5
Sorun ile karşılaşmayanlar	3	4.8	2	4.1	1	16.7	6	5.1
Toplam*	62	100.0	49	100.0	6	100.0	117	100.0

*Üretici sayısı örnekleme hacmini geçmektedir (satış yeri için birden fazla seçenek mevcut)

4. SONUÇ

Gökçeada ilçesinde organik arıcılık faaliyeti ile uğraşan üreticilerin sosyo-ekonomik yapısı ve ürün pazarlama olanaklarının belirlenmesine ilişkin yürütülen bu çalışmada, üreticilerin küçük aile işletmelerinden oluştuğu ve ortalama eğitim süresinin ise 10.4 yıl olduğu belirlenmiştir. Bu durumdan hareketle, ilçedeki üreticilerin büyük çoğunluğunun ortaokul ve üzeri eğitim seviyesine sahip olduğu dikkate alındığında; üreticilerin organik arıcılık faaliyeti ile ilgili yenilik ve uygulamaları takip etme ve bu faaliyet alanı ile ilgili gelişmelere de uyum sağlama olasılıklarının diğer üreticilere göre daha fazla olması beklenmektedir. Bu nedenle, ilçedeki üreticilerin organik arıcılık faaliyeti ile ilgili yenilikleri, uygulamaları ve gelişmeleri takip etmelerini destekleyen çalışmaların yapılmasının önemli olduğu düşünülmektedir. İncelenen işletmelerde üreticilerin büyük çoğunluğunun kooperatiflere üye olduğu ve kendi üretim dalları ile ilgili olan bir kooperatifin çatısı altında oldukları görülmektedir. Bu nedenle, ilçedeki kooperatiflerin geliştirilerek ürün pazarlama konusunda daha etkili olmalarına yönelik çalışmalara ağırlık verilmesinin ve desteklenmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir. İlçede, organik arıcılık yapan üreticilerin organik bal satışında birden fazla pazarlama kanalını kullandıkları ve bunlardan en fazla yerel pazarları tercih ettikleri, internet üzerinden satışları çok az tercih ettikleri, kooperatif-birlik yoluyla satışları ise hiç tercih etmedikleri görülmektedir. Bu durumdan hareketle, üreticilerin ürünlerinin reklam ve satışında daha geniş kitlelere ulaşarak ürün tanıtımını yaygınlaştırmak için internet yoluyla pazarlamaya da ağırlık vermelerinin ürün satışlarını olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir. Ayrıca, ilçedeki üreticilerin daha fazla pazar payına sahip olmaları için ürün tanıtımına olan eğilimlerinin arttırılmasının, reklam ve ambalajlama için ihtiyaç duyulan finansman kaynaklarının elde edilmesine yönelik çabalarının arttırılmasının ve ürün pazarlamada ise doğru pazar seçiminin oldukça önemli olduğu söylenebilir. Bu çalışmadan elde edilen bulguların, üreticilerin ürün pazarlama olanaklarının geliştirilmesi ve organik arıcılık faaliyetinin sürdürülebilirliği açısından etkili olması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

Emecen, M. F. (2002). İmbros'tan İmroz ve Gökçeada'ya: bir adanın tarihi geçmişi. Gökçeada, Gökçeada Belediyesi Yayınları.

Ertürk, Y. E. ve Yılmaz, O. (2013). Türkiye'de organik arıcılık. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 1(1), 35-42.

Gül, A., Şahinler, N., Akyol, E. ve Şahin, A. (2005). Organik arı yetiştiriciliği. Mustafa Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 10(1-2), 63-70.

Güngör, G., Gencer B. ve Güngör, H. (2014). Türkiye'de kesme çiçek sektörü, pazarlama organizasyonları ve tüketici eğilimleri. XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi. http://www.tarekoder.org/wp-content/uploads/2014/12/samsuncilt_III.pdf

GTHB (2017). Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı. Tarım istatistikleri. Erişim adresi http://www.tarim.gov.tr/

Karagölge, C. ve Peker, K. (2002). Tarım ekonomisi araştırmalarında tabakalı örnekleme yönteminin kullanılması. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 33 (3), 313-316.

Köksal, Ö. (2009). Organik zeytin yetiştiriciliğine karar verme davranışı üzerinde etkili olan faktörlerin analizi. Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi, Ankara.

Lansink, A. O., Pietola, K. ve Backman, S. (2002). Efficiency and productivity of conventional and organic farms in Finland 1994-1999. European review of agricultural economics, 29(1), 51-65. doi: 10.1093/erae/29.1.51

Olgun, A., Artukoğlu, M. ve Adanacıoğlu, H. (2008). Bazı organik ürünlerin pazarlama kanallarının etkinliğinin belirlenmesi ve en uygun pazarlama modelinin geliştirilmesi üzerine bir araştırma. Proje No: 104K018. Ankara.

Saner, G., Yücel B., Yercan M., Karaturhan, B., Engindeniz, S., Çukur, F. ve Kösoğlu, M. (2011). Organik ve konvansiyonel bal üretiminin teknik ve ekonomik yönden geliştirilmesi ve alternatif pazar olanaklarının saptanması üzerine bir araştırma: İzmir ili Kemalpaşa ilçesi örneği. Ankara, Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü TEPGE.

Saner, G., Engindeniz, S., Çukur, F. ve Yücel, B. (2005). İzmir ve Muğla illerinde faaliyet gösteren arıcılık işletmelerinin teknik ve ekonomik yapısı ile sorunları üzerine bir araştırma. Ankara, T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü.

SPSS (2008). SPSS Statistics Base 17.0 for Windows User's Guide. Chicago. SPSS Inc. https://sites.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Classes/A%20SPSS%20Manuals/SPSS%20Statistcs%20Base%20User's%20Guide%2017.0.pdf adresinden erişildi.

TUİK (2017). Türkiye İstatistik Kurumu. Tarım İstatistikleri. Erişim adresi http://www.tuik.gov.tr/

Tzouvelekas, V., Pantzios, C. J. ve Fotopoulos, C. (2001). Technical efficiency of alternative farming systems: the case of Greek organic and conventional olive-growing farms. Food Policy, 26(6): 549-569. doi: 10.1016/S0306-9192(01)00007-0.

Uzgören, N. (2012). Bilimsel araştırmalarda kullanılan temel istatistiksel yöntemler ve SPSS uygulamaları. Bursa, Ekin Yayınevi.

Dijital Çağda Ekonomik Fırsatlar

Öğr.Gör. Dindar ŞİNO[1] **Öğr.Gör.Volkan DEMİRASLAN[2]**

[1]Trakya Üniversitesi/ Uzunköprü Meslek Yüksekokulu, Finans ve Bankacılık Bölümü, dindarsino@trakya.edu.tr

[2]Trakya Üniversitesi/ Uzunköprü Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, volkandemiraslan@trakya.edu.tr

Özet: Buhar makinasının icadı ile modern üretim sisteminin temelinin atıldığı (1.0)- Birinci Endüstri Devriminin yaşandığı; sınırların, sınırlamaların yoğun olduğu 18. yüzyıldan zamanın, mekânın ve paranın sınırlarının, sınırlamalarının neredeyse ortadan kalktığı (4.0)- Dördüncü Endüstri Devrimine geçilmiştir. Bu devrim büyük veri, akıllı ev ve şehirler, blockchain, yapay zeka, yenilenebilir enerji, fintech, e-ticaret, robotik, 3D baskı, artırılmış gerçeklik, paylaşılan ekonomiler, nesnelerin interneti, nanoteknoloji biyoteknoloji, tuzdan arındırma ve geliştirilmiş atık yönetimi gibi teknolojilerden oluşan bir değerler bütünü olarak tanımlanmaktadır. Beyin gücümüzü oluşturan zihinsel sermayenin sınırlanamayan yapısı, bütün yönetim ve toplum ilişkilerini değiştirmiştir. Bilgi Çağı'nın en önemli kavramlarından biri olan dijitalleşme olgusu insan yaşamının merkezine oturmuş ve birçok noktada insan varlığını yönetebilecek kabiliyete ulaşmıştır. Dijital dönüşüm bir internet teknolojileri projesi değil disiplinler arası bir konudur. Dijitalleşme günümüzde tüm sektörlerle birlikte başta ekonomik, kültürel, sosyolojik, felsefi ve sosyal-psikolojik bilim dallarını da kapsayan bir olgudur.

Dijital dönüşüm, teknolojinin kamu ve özel sektörün amaçlarına hizmet edecek şekilde kullanılması, ancak özünde insan yaşamını kolaylaştırma odağından uzaklaşılmaması ve dijitalleşme algısının toplumun tüm kesimlerince benimsenecek düzeyde bir kültürün oluşturulması sürecidir. Dijital endüstri evrimi, üretimde esnekliği, müşteriye dayalı üretimi, üretim hızını arttırır ve daha kaliteli ve de verimli üretimi sağlarken, vergi, vergilendirme, vergi toplama ve verginin geri dönüşümü ile ilgili usul biçimlerini değiştirirken ve yaşanan sorunlara verimli çözümler getirebilmektedir. Önümüzdeki 10 yılda yaklaşık 20 trilyon dolarlık ekonomik potansiyel barındıran dijitalleşme (GSYH)- Gayri Safi Yurtiçi Hasıla artışı, istihdam ve yenilik üretecek gücü barındırmaktadır. Teknolojiye ulaşım daha geniş olursa teknolojinin sahip olduğu potansiyeli arttırarak ekonomik eşitleyici olması sağlanmış olur.

Sonuç olarak diğer disiplinler gibi ekonomi sektörü de dijital dönüşüm içerisinde yol almakta ve organizasyon yapılarından, insan kaynaklarına, üretim ve pazarlama biçimlerinden, finans yapılarına kadar özel ya da kamu işletmeleri rekabet edebilmek ve yaşayabilmek için sayısal dönüşümü tüm hücreleriyle gerçekleştirmek zorundalar. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nde kurulan "Dijital Dönüşüm Ofisi"de dijitalleşmenin devlet yönetimindeki etkisini yansıtmaktadır.

Bu çalışmada amaç dijitalleşmeyle birlikte ekonomi sektöründe doğan yeni fırsatların nasıl yakalanabileceğini, değerlendirilebileceğini ve uygulanabileceğini ortaya koymaktır. Bu misyonla çalışmada literatür taraması yapılmış, ikincil kaynaklardan yararlanılarak ve gözlemlere dayanılarak çalışma genişletilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijitalizasyon, Yeni Ekonomi, Bilgi Devrimi, E-Ticaret, Dijital Dönüşüm Ofisi

i.Araştırma Problemi:
Araştırmada problem olarak ekonomik sistemlerin bilgi çağının getirdiklerine, gereklerine bireysel, toplumsal ve devlet olarak uyum sağlamada daha hızlı, daha üretken olması gerektiğinden yola çıkarak eski ekonomik sistem kalıplarının değişmesi, yenilenmesi gerektiği ve yeni sistemler ve de disiplinler için başvurulabilecek kaynaklar ve uygulamalar araştırılmış ve örneklenmiştir.

ii. Araştırma Amacı:
Araştırmada temel amaç verinin biçimlenerek aşama aşama bilgeliğe dönüşen sürecinde gelişmiş ve gelişmekte olan bilgi ve iletişim teknolojileri ile toplumların refah payının artmasındaki en büyük etken olan ekonomi sistemi üzerinde felsefeleştirmek, bütünleştirmek ve uygulamak amacıyla planlanabilecek ve yapılabilecek teori ve uygulamalarla ilgili bir çalışma ortaya konmuştur.

iii. Araştırma Yöntemi:
Araştırma birincil ve ikincil verilerden oluşturulmuştur. İkincil verileri kapsamlı bir literatür araştırması sonucunda edinilen dijitalizasyon, bilgi çağı, dijital ekonomi kavramıyla ilgili bilimsel yayınlar ve ulusal/uluslararası istatistiki verileri oluşturmaktadır. İkincil veriler yayın evlerinden, kütüphanelerden ve nternetten alınan yazılı kaynaklara dayanmaktadır. Birincil verileri ise sektördeki uzman isimler ile yapılan görüşmelere dayanmaktadır.

GİRİŞ

İnternet kendi oluşturduğu ağ, dil ve kültürle yepyeni bir ekonomiye de vücut kazandırmıştır. 50 milyon kullanıcıya ulaşmak telefon için 75 yıl, televizyon için 13 yıl, internet için ise sadece 5 yıl sürerken, dünyanın en büyük sosyal ağı Facebook'un ise bu rakama ulaşması sadece 3 yıl sürmüştür. Global düzeyde bugün dünya nüfusunun *yüzde 53*'üne tekabül eden *4.2 milyar* insan, Türkiye'de ise nüfusun *yüzde 67*'sini oluşturan *54.3 milyon* kişiye ulaşan (IT)- İnternet Teknolojisi kültür ve gelenekler arasındaki farklılıkları kaldırıp evrensel yeni bir dile iskelet olmuştur. Milyarlarca insan için internet ağı artık bir banka, üniversite, kütüphane, devlet dairesi, sohbet odası, eğlence merkezi, alışveriş merkezi, sinema, televizyon, gazete hatta eşiyle ilk tanıştığı bir mekân olmuştur.

Her sene yaklaşık *400 bin* mühendis mezun eden Türkiye'de internet tabanlı girişimler de gençlerin önemli bir çıkış noktası olmayı sürdürecektir. Tarım ve sanayi devriminin devamında bugün bilgi toplumu, inovasyon ve dijitalleşme gibi kavramlar ön planda yer alırken özellikle dijital ekonomi; ülkeler, örgütler ve işletmeler açısından bir öncelik haline gelmiştir. Günümüz çağı dijital platformların üç temel özelliği de olan çoklu ortam (multimedia), etkileşimli (interactive) ve sanal gerçeklik (virtual reality) özellikler taşımasından ötürü şirketlerin, örgütlerin, akademi ve devlet kurumlarının sundukları hizmetler internete taşınmaya başlamıştır. İnternet, e-ticaret, m-ticaret, ve sosyal medya bugün şirketlerin tüm organizasyon yapısını değiştiren, yeni istihdam alanları üreten, yeni pazarlara açılmasını sağlayan, pazar iletişiminde mekan ve zaman kavramlarını kaldıran ve de rekabette güç kazandıran olmazsa olmaz ağ ögeleridir. Yakın gelecekte dijital dönüşüme ayak uyduramayan işletmelerin ayakta kalabilmesi güç gözükmektedir.

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü[1] (OECD- Economic Development and Cooperation Organization) tarafından yayınlanan "*Dijital Ekonomi Görünümü 2017 (Digital Economy Outlook 2017)*" raporuna göre; ekonomileri canlandırma potansiyeliyle dijital dönüşüm artık global gündemin en üst sıralarında yer almaktadır. Dijital dönüşümün inovasyon, büyüme ve toplumsal refaha dönük kazanımlarını maksimize etmek için dijital dönüşümün politika uygulamalarına, ölçümün iyileştirilmesine ve devlet bütünlüğü yaklaşımı maksadıyla entegre politika çerçevesi geliştirilmesine dönük çabalarını üye ülkeler yoğunlaştırmaktalar.

Bu çalışmada yeni iletişim ortamının bireysel, toplumsal, ekonomik, kültürel, hukuksal, siyasi ve ahlaki değişim ve dönüşümleri literatür taraması biçiminde araştırılmış ve sonuç yazılmıştır.

1. DİJİTALİZASYON

Yaşamımız dijitalleşirken yaşantımızdan geriye kalanların kümesi olan kültürün de dijital kültürün bir ögesi olarak yerini almasına "dijitalizasyon" denir. Bir derginin taranarak elektronik dergi formatına dönüştürülmesi dijitalizasyona örnek olurken cep telefonuyla yapılan öz çekimin bir sosyal medya sitesinde paylaşılması o fotoğrafı bütünüyle dijital bir dünyada doğurmuş olacaktır. Dijital platformların lideri en yaygın ve en güçlü olanı internettir. İnternet dışında bilgisayar oyunları, akıllı ev, akıllı bina, akıllı şehir ve akıllı ortamlar, taşıt iletişim sistemleri, konuşma anında çeviri sistemleri, sağlık izleme, yaşam günlüğü, sanal dünyalar, uzakta bulunma, insan-yapay zekâ iletişimi dijital platformlardır. O nedenle internet eşittir dijital kültür demek asla doğru değildir! Dijital kültür interneti içerir ama ona eşit değildir, ondan çok daha fazlasıdır. Dijitalleşme eşitsizliği ortadan kaldırmak ve fırsat eşitliği sağlamak için önemli bir araçken; dijital bir ortam, örneğin ünlü bir yazarın eserlerini dünyaya sunmanın yanı sıra yeni bir yazarında da sesini duyurmasına yardımcı olur ki dijital ortamlar popülerler ile popüler olmayanların birlikte yol almasını olanaklı hale getirir bu da bireyin kimliğinden ziyade eserinin ön plana çıkmasını sağlamış olur. Kültürün dijitalleşmesinin nihai hedefi yetiş(tir)mek ile ilgili olduğundan dijital kültürün de bireyi yetiştirerek doğru bilgiye erişip, bilgiyi biçimlendirip, değer yaratarak "dijital bilge" haline getirebilir. Sosyal devrim olarak da tartışabileceğimiz Web 2.0[2] mimarisi kullanıcıların rolünü sadece tüketen değil içerik üreten ve pazarlayan olarak değiştirmiştir. Çevrimiçi ağlar üzerinden saniyede *100 Gigabit* bağlantı kurabilen yapay zekaya sahip işletim sistemi ve web teknoloji mimarisi olan Web 4.0 ise yapay zeka ile sorunları tespit edebiliyor ve çözümler üretebiliyor.

[1] OECD, 14 Aralık 1960 tarihinde imzalanan Paris Sözleşmesi'ne dayanılarak, 1961'de kurulmuştur ve savaş yıkıntıları içindeki Avrupa'nın Marshall Planı çerçevesinde yeniden yapılandırılması amacıyla 1948 yılında kurulan Avrupa Ekonomik İşbirliği Örgütü'nün (OEEC) doğrudan mirasçısıdır.

[2] Web 2.0, O'Reilly Media tarafından 2004'de kullanılmaya başlayan bir sözcüktür ve ikinci nesil internet hizmetlerini , toplumsal iletişim sitelerini, vikileri, iletişim araçlarını ve folksonomileri barındırır.

Tablo 1: Bilgi ve İletişim Teknolojileri



Kaynak: bilisimzirvesi.com, 2017

2. BİLGİ ÇAĞI

Yusuf Has HACİP, Kutadgu Bilig'de bilgiyi, "değeri yok olmayan bir servet" biçiminde tanımlarken (Çinar, 2013:8), bilgi yönetimi; hiper rekabetin söz konusu olduğu küresel ekonomide organizasyonların sahip oldukları kaynakları daha etkin bir biçimde kullanma ihtiyacının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bilgi yönetimi üç temel unsuru içerir: "insanlar, süreçler ve teknoloji" (Aktan, Vural, 2005:6). Bilgi yönetimi, şirketlerin bilgi ekonomisinin ortaya çıkması ile bağlantılı karmaşıklık ve sorunlarla başa çıkabilmelerini sağlayan bir araçtır. Bilgi toplumu ise, (BİT)- Bilgi ve İletişim Teknolojileri'nin gelişimi ile bilgi sektörünün, bilgi sermayesinin, bilgi üretiminin, bilgi pazarlamasının ve bilgi istihdamının faktörlerinin önem kazandığı, eğitim ve öğretimin sürekliliğinin sağlandığı; toplumu ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal açıdan sanayi toplumunun ötesine taşıyan bir gelişme aşaması olarak nitelenebilir. Bilgi piramidini oluşturan veri, enformasyon ve bilgi alanında meydana gelen teknoloji devrimi ile beraber başlayan çağ "Bilgi Çağı" olarak adlandırılmaktadır. Bilgi Çağı; bilginin temel kaynak olduğu, bilgi üretimi ve paylaşımının yaygınlaştığı, bilgi çalışanlarının çoğunlukta olduğu, sürekli öğrenmenin kaçınılmaz olduğu yeni toplumsal ve ekonomik dönemi temsil etmektedir (Bedük, b.t:695). Bilgi çağını biçimlendiren çevresel öğelerin başında; gelişen teknoloji, çaplanan rekabet, küreselleşen kültür gelmektedir.

2.1. Yeni Ekonomi (New Economy)

Bilgi Çağı ile birlikte ekonominin yeni vücut bulmuş hali olan yeni ekonomi kavramı, bilginin elde edilmesi, işlenmesi ve dönüştürülmesi ile birlikte dağıtımı süreçlerini de kapsar (Ata, 2009:28). Bu üç temel süreç bilgisayar sisteminin donanımsal araçları ile birlikte, insan aklı ve bütün süreci kontrol eden yazılımsal sistemi sayesinde işler. Yeni ekonominin özelliklerini sıralarsak:

- bilgi ekonomisidir,
- dijital ekonomidir,
- sanallaşma önemli rol oynamaktadır,
- hız ekonomisidir,
- yenilik temelli ekonomidir,

- ağ ekonomisidir,
- küresel ekonomidir,
- bilgi malları ortaya çıkmaktadır,
- gayri-maddi malların önemi artmaktadır,
- ekonominin kıtlığa dayalı olma niteliği aşınmaktadır,
- aracılar büyük ölçüde ortadan kalkacaktır,
- hakim sektörü üçlü bir oluşumdur,
- sosyal problemleri beraberinde getirmektedir.

Geleneksel örgütlerin gücü, üretim kapasitesinden kaynaklanırken yeni ekonomide bu güç sahip olunan bilginin eline geçmiştir. Yeni ekonomide örgütlerin bilgiye dayalı hale gelmeleri, bilgisayarların ve telekomünikasyon araçlarının gelişmesi ve birbirine entegre olması, yapay zekâya sahip robot teknolojisinin üretime ve pazarlamaya girmesi, örgütsel yapıları, işleyişleri ve kontrollerini önemli ölçüde değiştirmektedir (Bedük, b.t:699). Organizasyonların başarılarını etkileyen en önemli faktör toplanan verilerin doğru işlenmesi ve enformasyonun doğru bilgiye dönüştürülerek organizasyon içinde verimli olarak kullanılmasıdır.

3. DİJİTAL EKONOMİ

Dünya Bankası[3] (WB- World Bank Group) 2017 rakamlarına göre; dünya ekonomik hacmi yaklaşık **75 trilyon dolar** olarak ifade edilmektedir. 2017 yılında OECD'ye göre *yüzde 3,58* civarında gerçekleşen küresel büyüme hızının 2018'de *yüzde 3,74'e* çıkması beklenmektedir. OECD'nin *"Dijital Ekonomi Görünümü 2017 (Digital Economy Outlook 2017)"* çalışmasına göre; telekomünikasyon ve yayıncılıktaki yakınlaşma, şirket birleşmelerini ve satın alımlarını harekete geçirmekte ve mevzuat çerçeveleri ile kuruluşların gözden geçirilmesini tetiklemektedir. Saniye başına *1 Gbps* geniş bant hızı artık aykırı bir gözlem olmamakla bağlantılı ve otonom araçlardan gelenler gibi yeni veri dalgası göz önünde bulundurulduğunda *10 Gbps*'lik ilk ticari teklifler hayata geçirilmektedir. BİT kullanımındaki artan yoğunlukla birlikte ticarethaneler ve şahıslar daha fazla dijital güvenlik ve gizlilik riskleriyle karşılaşmaktayken, yapay zekâ ana akımda gelişerek makinelerin insan-benzeri bilişsel işlevleri gerçekleştirmesini mümkün kılmakta ve makineyle öğrenimin, büyük veri ve bulut bilgisayarcılığının güçlendirdiği algoritmalar ile büyük veri dizilerinde artan ölçüde karmaşık kalıpları tespit edebilir ve bazı bilişsel işlevlerde insanlardan daha iyi işlev sergileyebilir.

Dijital bağlantının önümüzdeki 10 yıl içerisinde ***90 trilyon dolarlık*** bir ekonomi yaratması beklenmektedir. Araştırmalar dijital endüstriyel çözümlerin milyarlarca dolar tasarruf sağlayabileceğini gösterirken, dönüşümü yakalayamayan şirketlerin ise orta ve uzun vadede rekabet şansları kalmayacak. Nesnelerin İnterneti[4] (IOT- Internet of Things) 10 yıl içinde 30 kat gibi bir hızla yaygınlaşacak ve 2020'de *26 milyar* adet birbiriyle bağlantılı cihazımız olacak. Yalnızca birbirine bağlı makinelerin 2020 yılında **1.9 trilyon dolar** küresel gelir potansiyeli vardır (bilisimzirvesi.com, 2017:3). Ekonomik aktivite içinde dijital teknoloji penetrasyonunun artması, 2020 yılına kadar dünyanın ilk 10 ekonomisinin (GSYH)[5]- Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'sına yaklaşık **1.36 trilyon dolar** katkı sağlarken, bir ülkenin Dijital Yoğunluk Endeksindeki her 10 puanlık artış, GSYH'nin yıllık ortalama büyüme hızını *0.25 ile 0.5 yüzde* puanı kadar yükseltebilmektedir (Hürriyet, 2016). Dünya Ekonomik Forumu[6] (WEF- The World Economic Forum) *"Küresel Rekabetçilik Raporu 2016-17 (The Global Competitiveness Report 2016-17)"*n da Türkiye 138 ülke arasında 55. sırada yer alırken, Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (IMD-International Management Development Institute)'nün ilk defa yayınladığı *"Dünya Dijital Rekabet Gücü 2017 (World Digital Competitiveness Rankings 2017)"* sıralamasında ise 63 ülke arasında Türkiye 52. sırada yer almıştır.

[3] Dünya Bankası, II. Dünya Savaşı'nın ardından 1945 yılında Uluslararası Yeniden Yapılanma ve Kalkınma Bankası adıyla kurulmuş, 1947 yılında Birleşmiş Milletler'in özerk uzman kuruluşlarından biri olma özelliği kazanmıştır.

[4] Nesnelerin interneti, fiziksel nesnelerin birbirleriyle veya daha büyük sistemlerle bağlantılı olduğu iletişim ağıdır.

[5] Gayrisafi yurt içi hasıla, bir ülkenin ekonomik büyüklüğünün birkaç ölçütünden biridir. GSYH, GSMH'den farklı olarak, bir ülke sınırları içerisinde belli bir zaman içinde, üretilen tüm nihai mal ve hizmetlerin para birimi cinsinden değeridir.

[6] Dünya Ekonomik Forumu merkezi İsviçre'nin Cenevre kentinde yer alan uluslararası bir vakıftır. Her yıl İsviçre'nin Davos kasabasında yapılmaktadır.

Bilgisayar ve İletişim Politikaları Komitesi (ICCP- Information, Computer and Communications Policy) adını Dijital Ekonomi Politikaları Komitesi[7] (CDEP- Committee on Digital Economy Policies) olarak değiştirmiştir. Komitenin çatısı altında ayrıca aşağıda isimleri verilen 3 çalışma grubu faaliyet göstermektedir:

- Dijital Ekonominin Ölçüm ve Analizi Çalışma Grubu (WPMADE- Working Party on Measurement and Analysis of the Digital Economy)
- Dijital Ekonomide Güvenlik ve Gizlilik Çalışma Grubu (WPSPDE- Working Party on Security and Privacy in the Digital Economy)
- İletişim Altyapısı ve Hizmetleri Politikaları Çalışma Grubu (WPCISP- Working Party on Communications Infrastructures and Services Policies) (Alptekin, 2016:6).

Komitenin çalışmaları T.C. Kalkınma Bakanlığı, Bilgi Toplumu Dairesi tarafından koordine edilmekte olup, alanın genişliği göz önünde alındığında T.C. Adalet Bakanlığı, T.C. Ticaret Bakanlığı, T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, (BTK)- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, (TÜBİTAK)- Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu, (TÜİK)- Türkiye İstatistik Kurumu gibi pek çok kamu kurum ve kuruluşu komite ve çalışma grubu toplantılarına iştirak etmektedir (bilgitoplumu.gov.tr, ET:2018). Türkiye'de dijital ekonominin gereklerini uygulamaya yönelik olarak T.C. Kalkınma Bakanlığının strateji ve eylem planı hazırlama görevi kapsamında yürütülen son çalışma 2014-2018 "*Bilgi Toplumu Stratejisi ve Eylem Planı*" olmuştur. Sonuçlara göre finansal hizmetler dijitalleşme performansı en yüksek sektör olurken, perakende ticaret, hizmet faaliyetleri ve motorlu kara taşıtları imalatı sektörleri ise bunu izleyen sektörler olmuştur. Dijitalleşen dünyada perakendeye yön veren trendler; (e-ticaret)- elektronik ticaret, (m-ticaret)- mobil ticaret, mobil ödeme, fiyat yönetimi ve optimizasyonu, tekrarlayan gelir yönetimi, müşteri hareket analizi ve kurumsal iletişim mecraları olarak gösterilebilir. Accenture[8] Türkiye'nin "*En Dijital Şirketleri 2015*" raporuna göre; Türkiye'deki 104 şirketin dijitalleşme ortalaması *yüzde 60*'dır (Alptekin, 2016:7).

3.1. Tümleşik İletişim (Unified Communication)

Büyük bir ekonomiyi kapsayan dijital dünyada, kurumların ihtiyaçlarını doğru belirlemeleri kritik öneme sahiptir. Kendi Cihazını Getir (BYOD- Bring Your Own Device) eğilimi ile her yerden ve işletim sistemi bağımsız her cihazdan çalışabilmek, iletişim kurabilmek, bütün kurumların gerçeği haline gelmeye başlarken özellikle yeni teknolojilerden faydalanmak kurumlara; zaman, mekân ve maliyet gibi konularda tasarruf sağlamakta ve de daha etkin organizasyonlar üretmektedir. Farklı ülkelerde dahi olsa çalışanların birbirleri, müşterileri ve tedarikçileriyle eş zamanlı iletişim kurabilmesi, paylaşımda bulunabilmesi ve işbirliği yapabilmelerini mümkün kılan, mobil haberleşmenin tüm iletişim yöntemlerinin bir araya gelmesini ve bunların iş süreçleriyle entegrasyonunu ifade eden kavram olan ve Karel Şirketinin araştırmasına göre; çalışanların günlük *60 dakika*'ya kadar zaman tasarrufu yapabildiği tümleşik iletişim dijital dünyada fayda sağlayan en önemli alanlardan biridir.

"*Global Unified Communication as a Service Market 2015-2019*" raporuna göre; tümleşik iletişim pazarının 2019'a kadar *yüzde 27,5* oranında büyümesi, bağımsız araştırma kuruluşu "*Grand Vier*"'in yaptığı araştırmaya göre ise bu pazarın 2020 yılında ***75,81 milyar dolar***'a ulaşması öngörülmektedir. İletişim yazılım ve hizmetleri üreticisi Unity[9], sunduğu WebRTC[10]- (Web ased Real Time Communication) tabanlı devre çözümü sayesinde, farklı ağları, cihazları ve uygulamaları kullanımı kolay tek bir çatı altında birleştirip, iş birimlerinin zengin ve anlamlı bir iletişim deneyimi yaşamasını sağlamaktadır. Unify'ın yaptığı araştırmaya göre; kullanıcı deneyimi ve alışkanlıklarında cihaz bağımsız sürekliliğinin sağlanması, çalışan verimliliğini *yüzde 66*, ekipler arası iletişimi *yüzde 59*, (BT)- Bilgi Teknolojileri birimlerinin teknoloji yönetimini *yüzde 53*, veri giriş ve güvenliğini de *yüzde 51* arttırmaktadır. Unify Türkiye Ülke Müdürü Erda TÜTÜNCÜOĞLU, gelecekte çalışma şekillerinin günümüze

[7] OECD'ye üye ülkelerin bilgi ve iletişim teknolojileri politikalarına sağladığı katkı sebebiyle, bilgi ve iletişim teknolojilerinin tüm yönleriyle tartışıldığı, politikaların üretildiği, standartlar ve göstergelerin belirlendiği, ülkelerin en iyi uygulamalarının paylaşıldığı önemli bir platform niteliğindedir.

[8] Accenture PLC, bir strateji, danışmanlık, dijital, teknoloji ve operasyon hizmetleri sunan küresel bir yönetim danışmanlığı ve profesyonel hizmetler şirketidir. Fortune Global 500 listesinde bulunuyor.

[9] Eskiden Siemens Enterprise Communications olarak da bilinen Unify, dünyanın en büyük iletişim yazılımları ve servisleri sunan şirketlerinden birisidir.

[10] Web tarayıcı üzerinde ses ve video iletişimi kullanımı sağlayan açık iletişim teknoloji projesi.

kıyasla çok farklı olacağına dikkat çekerken TÜTÜNCÜOĞLU'na göre; "-Özellikle çok lokasyonlu şirketler, yatırımlarını sadece merkeze yaparak, iletişimde tasarruf ve kullanım kolaylığı elde etmeyi tercih ediyorlar. Bu tercih, azalan donanım ihtiyaçları ile birlikte, elektrik, soğutma ve sistem odası gibi gider kalemlerinde tasarrufu ve sahip olma maliyetini dikkat çekici oranda azaltırken, aynı zamanda yüksek enerji tasarrufu sağladığı için karbon salımını da en alt seviyeye indirmektedir"(Cin. E., 2015). Nesnelerin interneti, yenilikçi uygulamaların ortaya çıkmasına imkân tanırken 2022 yılı itibarıyla internete bağlı olan cihaz sayısının şimdikinin 14 katına ulaşması beklenmektedir (Alptekin, E. 2018).

3.2. Dijital Rekabet (Digital Competition)

Avrupa Komisyonu[11] (EC- European Commission)'nun 2014 tarihli araştırmasına göre; G20[12] ülkelerinde dijital ekonominin büyüklüğü 2016'da **4,2 trilyon dolar**'a ulaşacak (emlakkulisi.com, 2018). (ABD)- Amerika Birleşik Devletleri, Tufts University, Fletcher School "*2014 Dijital Evrim Endeksi (DEI- Digital Evolution Index)*'e göre; dört ölçüte dayalı talepte puan *27.65*, arzda puan *32.60*, devletin politikası *19.43* ve inovasyon *48.11*. puanları ile Türkiye, 50 ülke arasında 30'uncu sıradayken puanı ise 100 üzerinden *31.95*'dir (Öymen, 2015).

Dijitalleşmenin sunduğu fırsatlar Türkiye ekonomisine büyük katkı sağlayarak ülkenin küresel pazardaki duruşunu güçlendirebilir. "*(KRE)- Küresel Rekabetçilik Endeksi 2016-2017"* hesaplamalarına göre Türkiye 138 ülke arasında 55. sıradadır. KRE'nin içinde bulunan bileşenler arasında en iyi performans 17. sırada yerini koruyan pazar büyüklüğü kaleminde gösterilmektedir. En ağır düşüş mali piyasaların gelişmişliği, inovasyon, kurumsal yapılanma, sağlık, ilköğretim ve mal piyasalarının etkinliği endekslerinde gerçekleşmiştir. Geçtiğimiz yıllara göre en belirgin yükseliş ise makroekonomik ortam endeksinde gerçekleşmiş olup altyapı, yükseköğretim ve işbaşında eğitim endekslerinde de 5 basamak artış meydana gelmiştir. Rapordaki en dikkat çekici noktalardan birisi de Türkiye'nin iddialı teşvik programına sahip olduğu inovasyon başlığında görülen değer kaybıdır. Türkiye 2014 yılında inovasyon kategorisinde 56. Sıra iken, 2016-2017 yılı rekabet endeksi raporunda 15 basamak gerilemiştir. Teknolojik hazırlık başlığında da yine inovasyonda bir düşüş görülmektedir.

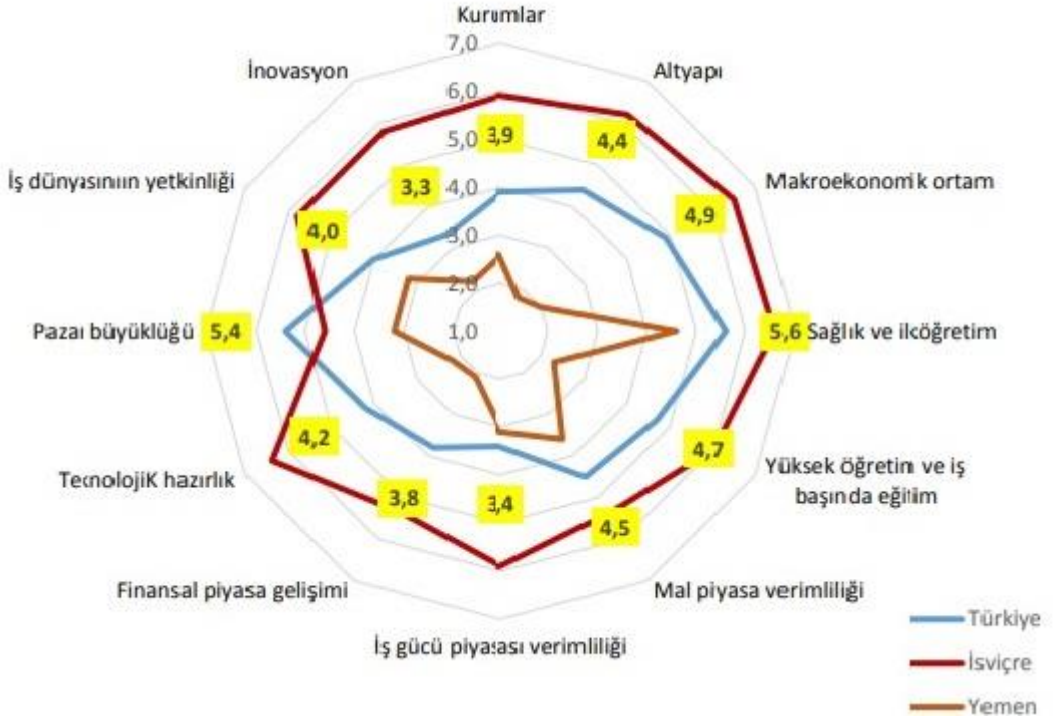
Raporda Türkiye için öneriler şu şekilde sıralanmıştır;

- Önceki yıllara göre yükseköğretim bileşeninde artış olmasına rağmen, yetenekli iş gücünün kurulabilmesi için eğitim kalitesinin arttırılması ve iş başı eğitimine yatırım yapılması gerekmektedir.
- Esnekliği artırmak ve yetenekleri daha verimli kullanmak için işgücü piyasasındaki zayıf noktalar acilen yapısal reformlar yoluyla ele alınmalıdır.
- Daha dinamik bir iş ortamı yaratmak için yerli rekabetin geliştirilmesi gerekmektedir.
- Ülkenin küresel değer zincirini yükseltecek sağlam bir inovasyon ekosistemi geliştirmek için yatırımlara ihtiyaç vardır.
- Bilimsel araştırma kurumlarının düşen kalitesi acilen reformlarla yükseltilmelidir.
- Kamu kurumlarını daha verimli ve şeffaf hale getirmek için reformlara da ihtiyaç duyulmaktadır (adaso.org.tr, E.T:2017).

[11] Avrupa Komisyonu ya da tam adıyla Avrupa Toplulukları Komisyonu, yaklaşık 16.000 personelle desteklenip 28 komisyon üyesinden oluşan Avrupa Birliği politikalarının tasarlayıcısı ve koordinatörü, başka bir deyişle Avrupa Birliği'nin yürütme organıdır.

[12] İngilizce Group of 20 kavramının kısaltması olan G20; 20 Maliye Bakanı ve Merkez Bankası Başkanı Grubu, dünyanın en büyük ekonomileri arasında yer alan 19 ülkeden ve Avrupa Birliği Komisyonu'ndan oluşmaktadır.

Resim 1: Küresel Rekabetçilik Endeksi



Kaynak: adaso.org, 2017

*"Mary Meeker 2018 İnternet Trendleri Raporu (Mary Meeker 2018 Internet Trends Report)'n*a göre; bireysel aktif bir kullanıcıdan ortalama **34 dolar** kazanan, Türkiye'de *45 milyon* kullanıcısı, yapay zekâ ve VR/AR/MR[13] teknolojilerinde projeleri olan Facebook Ar-Ge harcamalarını *yüzde 40* arttırırken; ABD'li e-ticaret devi Amazon, Google'un ana kuruluşu Alphabet'i geçerek **768 milyar dolar** ile dünyanın piyasa değeri en yüksek ikinci şirketi olarak Ar-Ge harcamalarını *yüzde 45* arttırmıştır (milliyet.com.tr, 2018). İnternet şirketi olmayan daha geleneksel şirketlerin Ar-Ge harcamaları tek basamaklı rakamlarda kalırken internet şirketlerinde ortalama Ar-Ge harcamaları 2007 yılında gelirin *yüzde 13*'ü iken, 2017 yılında *yüzde 18*'e çıktı. Yine aynı rapora göre; üniversitelerde ziraat, biyoloji, bilgisayar bilimleri, matematik ve mühendislik bölümlerinden mezun olanların sayısının hızla arttığı ve Mayıs 2018 itibarıyla dünyanın en büyük yirmi internet şirketi sıralamasında dokuz şirketi ile yer alan Çin Halk Cumhuriyeti 1960'larda küresel gelirlerin *yüzde 40*'ına sahip olan ABD bugün *yüzde 25*'ine sahip. 1960'larda küresel gelirlerin sadece *yüzde 4*'üne sahip olan Çin bugün *yüzde 15*'ine sahip (Kaya, 2018).

3.3. Dijital İstihdam (Digital Employment)

Dijital ekonomi, bugün bankacılık, enerji, perakende, ulaştırma, eğitim, yayıncılık, medya ve sağlık gibi pek çok sektörü etkisi altına almış durumdadır. OECD raporunda yer alan analizlere göre; 2001 ve 2013 yılları arasında BİT'e yönelik yatırımların yıllık GSYH büyümesine katkısı, *yüzde 0.15 ile 0.52 puan* arasında değişiyor. 2001-02 döneminde yıllarında BİT endüstrilerindeki istihdam kayıpları nedeniyle sektörün toplam istihdama katkısı düşüş gösterirken, 2005 ve 2008 seneleri arasında söz konusu katkı *yüzde 5* ile pozitif yönlü olurken, ekonomik kriz nedeniyle 2009-10 döneminde BİT endüstrilerinin toplam istihdama katkısı yeniden negatife dönmüş ancak 2011-12 döneminde sektörün toplam istihdam artışındaki payı *yüzde 4*, 2013 yılında ise *yüzde 22* düzeyinde gerçekleşmiştir (Kılıç, 2015).

OECD ülkelerinde BİT sektöründe işgücü verimliliği, ekonominin geri kalanına göre ortalama olarak *yüzde 79* daha yüksek (milliyet.com.tr, E.T:2018). Telekom hizmetlerinde işgücü verimliliği, toplam ekonomik aktiviteye ilişkin ortalamanın *yüzde 160* üzerinde seyrederken yine toplam ekonomik aktiviteye ilişkin ortalamayla karşılaştırıldığında, bilgisayar üretimindeki işgücü verimliliği *yüzde 138,* yazılım yayımcılığındaki işgücü verimliliği *yüzde 103,* bilişim hizmetlerindeki işgücü verimliliği *yüzde 21* daha yüksek olduğu hesaplanmıştır

[13] Sanal Gerçeklik (VR), Artırılmış Gerçeklik (AR), Karma Gerçeklik (MR)

(Kılıç, 2015). OECD ülkelerindeki 2013 rakamlarına atıfta bulunulan raporda, enformasyon ve telekomünikasyon teknolojileri sektöründe yaklaşık *13 milyon* kişinin çalıştığı, bunun da OECD içindeki toplam istihdamın *yüzde 3*'ünü teşkil ettiği belirtiliyor (dünya.com, E.T:2018).

3.4. Sosyal Ağ Ekonomisi (Social Networking Economy)

Geçtiğimiz yıl reklamların bütçesi **5,4 milyar doları** aşan ve dünya üzerinde 18-35 yaş arası internet kullanıcıların *yüzde 96*'sının üyesi olduğu sosyal ağlardan biri olan Facebook içinde oynanan Farmville'in geliştiricisi Zynga[14]'nın günlük geliri **5 milyon doların** üstündedir. *Saniyede 7,9* yeni üyesiyle her ay *700 milyar dakika* geçirilen, *30 milyar* farklı içerik paylaşılan ve *2 milyardan* fazla kullanıcıya sahip Facebook artık sadece bir sosyalleşme ortamı değil, aynı zamanda ticaret platformu konumundadır. Bir bebek bezi markası, Facebook içindeki mağazasında saatte 1000 ürün satmakta iken; Kısa Mesaj Hizmeti (SMS- İngilizce Short Message Service) ile hayatımıza giren 140 karakterle iletişim kavramını kitleselleştiren internetin dijital sinir sistemini oluşturan Twitter *316 milyon* üyesiyle günde 500 milyonu aşkın mesajın yazıldığı, marka pazarlamadan, ünlülerin paylaşımlarına ve kendi içinde sıradan insanlardan yarattığı şöhretlere olanak veren Twitter'da bilgisayar sektörü markası Dell, bu mikro blog üstünden yılda **5 milyon dolara** yakın satış gerçekleştirmektedir. *dakikada 20 saat* yeni videoyla büyüyen ve *günde 2 milyar* videonun izlendiği Youtube ise devlet başkanlarının halkla buluşmasından kişisel video bloglara kadar her türlü görsel içeriğin merkezi durumundadır. İnternet, ilk çıkış noktası olan iletişimi de hiçbir zaman ikinci plana atmazken, bugün *saniyede 2 milyar 900 milyon* e-posta bir bilgisayardan diğerine yolculuk etmektedir. Çin'de *140 milyon*, Hindistan'da *15 milyon* çift internetteki arkadaşlık sitelerinde tanışarak evlenirken, arkadaşlık sitelerinin küresel cirosu **1 trilyon doları** geride bırakmaktadır (dijitalhayatakademisi.com, 2018).

3.5. Dijital Ticaret (Digital Trade)

Dijital ticaretin en büyük platformu e-ticaret sayesinde, özellikle küresel pazarlarda faaliyet gösteren işletmeler; daha kolay pazar çeşitlendirmesi yapabilmekte; daha etkin dağıtım kanalları ile operasyonel maliyetlerini düşürerek ve müşteri portföyünü genişleterek risk yapısını kontrol edilir konuma getirmektedir (demiraslan, elaldı, 2017). Şirketlerin *yüzde 21*'I internet üzerinden satış yapmakta olup, *yüzde 31*'I kurumsal kaynak planlama çözümleri kullanmaktadır.

3.6. Dijital Vergilendirme (Digital Taxation)

Dünya çapında elektronik ticaretten elde edilen gelirlerin doğru zamanda, doğru yerde ve doğru miktarda adil olarak vergilendirilmesinin sağlanması giderek daha zor ve karmaşık hale gelmektedir. En son 24 Aralık 2015 tarihinde yayımlanan 464 no'lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği ile 1 Temmuz 2016 tarihinden itibaren aracı hizmet sağlayıcıları, bankalar, internet reklamcılığı hizmet aracıları, kargo ve lojistik işletmelerine internet ortamında yapılan işlemlere yönelik olarak aylık bazda işlem tarafları ile ilgili kimlik bilgileri ve istenen diğer bilgileri Mali İdare'ye bildirme yükümlülüğü getirildi. Bu bildirim yükümlülüğü sanal dünyadaki işlemlerin vergisel boyutunu ve dolayısıyla giderek artan risklerini de kesinlikle gündeme getirecektir. 2013 yılında G20 ülkelerinin liderliğinde OECD nezdinde "Matrah Aşındırma ve Kar Aktarımı Projesi (BEPS- Base Erosion and Profit Shifting)" Eylem planları çalışmaları başlamadan önce e-ticaretin vergilendirilmesi ile ilgili dört farklı çözüm yaklaşımı vardı:

- Elektronik ortamın bir nevi serbest ticaret alanı olarak değerlendirilip hiç vergilendirilmemesi,
- Elektronik işlemlerin mahiyetine bakılmaksızın satış esnasında kullanılan ve byte cinsinden ölçülen transfer edilen bilgi hacminin vergilendirilmesine dayalı bir nevi elektronik satış vergisi olan byte vergisi ile vergilendirilmesi,
- Mevcut mevzuatlarda bulunan kurallara göre vergilendirme yapılması,
- Yerel vergi mevzuatları ve çifte vergilendirmeyi önleme anlaşmalarına konulacak yeni hükümlerle vergilendirilme yapılması (Yılmaz, Değer, 2018).

[14] Zynga, San Francisco merkezli video oyunları yapan bir şirkettir

Ancak asıl sorun bireysel tüketicilere yapılan dijital ürün ve hizmet satışlarında ortaya çıkmaktadır. Aslında yasal olarak bu durumlarda da Türkiye'de hizmeti satın alan bireysel tüketici, satın aldığı malın (KDV)- Katma Değer Vergisi sorumlu sıfatıyla beyan edip ödemekle yükümlüdür. Bununla birlikte günümüz ekonomisinde milyonlarca kişinin internet üzerinden dijital ürün ve hizmet satın aldığı düşünüldüğünde sorumlu sıfatıyla KDV beyanı yöntemiyle milyonlarca kişiden (hem de beyanname alınarak) KDV toplanmasının pratikte pek mümkün olmadığı aşikârdır (Dinçtürk, 2018).

3.7. Dijital KOBİ (Digial SME)

Türkiye'deki (KOBİ)- Küçük Orta Büyük İşletme'ler, teknolojik gelişmelerin sanayide radikal bir dönüşüm yaratacağına inanırken, bu motivasyon, sanayi bölgelerinde de hissedilmeye başlandı. Yeni yatırımların çoğunda dijital ve robotik fabrikalar öne çıkmaktadır. Makineler arası iletişim donanımlarına sahip fabrikaların en önemli özelliği ise maliyetleri *yüzde 60*'a varan oranda azaltmasıdır. 2017'de hayata geçirilen teşvikler ve artan internet hızı da dijital dönüşüme olan ilgiyi artıran diğer unsurlar olmuştur.

Türkiye'de yurtdışından yüksek teknoloji ihracatı yapan ya da ara malı veya hammadde üreten bir şirket satın alma operasyona **500 bin dolara** kadar destek varken, yabancı ortaklığa **200 bin dolar**, Endüstri 4.0 yatırımlarına ise **3 milyon dolara** kadar faiz desteği de sağlanmaktadır. KOBİ'ler, küresel rekabete güç katan yapay zekâlı depolara taşınmaya başlarken, insansız ve *yüzde 80* tasarruf sağlayan dijital depolar, ihracatı da kendi yazılımları ile otomatik olarak gerçekleştirmektedir. Yeni yatırımlara *yüzde 50*'ye varan oranda da devlet desteği vardır. Bulut bilişim sayesinde eskiden sadece büyük kurumların ciddi yatırımlar sonucu sağladıkları servis seviyelerini ve yedekliliği, artık KOBİ'ler de yakalayabiliyor. Ayrıca T.C. Kalkınma Bakanlığı, *"Bilgi Toplumu Stratejisi ve Eylem Planı"*'na göre; söz konusu dönemde KOBİ'ler için bulut programı geliştirilmesine yönelik çalışmalar başlattı. Bu kapsamda, başta KOBİ'ler olmak üzere şirketlerin iş verimliliğinin artırılmasında BİT'den yararlanılmaktadır. KOBİ'lere yönelik sunulacak altyapı ve yazılım hizmetlerinin bulut bilişimiyle sağlanabilmesi konusunda uygulamaya geçirilen programlar yeni yatırım maliyetleri *yüzde 40* azalmıştır. Yeni dönem (AB)- Avrupa Birliği fonlarından olan "Horizon 2020 Programı[15]"nda 2017 için önemli fırsatlar var. AB, katma değer üretecek inovatif projelerin hayata geçmesi için **80 milyar euroluk** bir fon ayırırken, bu fonun **2 milyar eurosu** sadece KOBİ'lere tahsis edilmiştir ve fonu Türkiye'den 40 bine yakın proje beklemektedir. Devam eden endüstriyel dönüşüm hedefi kapsamında Türkiye'nin birçok kentinde 4.0 Sanayi Devrimi'ne uyumlu ücretsiz arsa tahsisinin de olduğu (OSB)- Organize Sanayi Bölgeleri kurulmaktadır. 2018'de 30 yeni OSB'yi hayata geçirme kararı alan T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı bu yatırımlarla yenilikçi sektörlerin de önünü açmıştır (Can, 2017).

4. SONUÇ

Dijital ekonominin ülkeler açısından bir öncelik haline geldiği, hizmetlerin fiyatlarında düşüş görüldüğü, şirketlerin sundukları hizmetleri internete taşıdığı ve güven unsurunun dijital ekonominin geleceği açısından kritik önemde olduğu çalışmanın temel sonuçları arasındadır. Türkiye dijital dönüşüm açısından büyük fırsatlar barındırıyor. Genç nüfus, akıllı telefon ve sosyal medya kullanımının potansiyeli oldukça fazladır lakin bu avantajlardan yararlanmak için genç nüfusun bu platformları verimli ve etkin kullanılması gerekmektedir. Çünkü dijital dönüşüm ve e-ticaret pazarında büyük fırsatlar var ve bu fırsatların farkında olmak gerekmektedir. Ancak çatışan öncelikler ve güven eksikliği gibi nedenlerin de dijital dönüşüme engel olduğu sık olarak görülüyor. Şirketler genelde dijital fırsatları, karmaşık bir bilmece gibi algılıyorlar. Bu noktada, geleneksel alışkanlıklardan kurtulabilmek ve yeni süreçlere doğru geçiş yapabilme isteği de büyük önem taşımaktadır. Dijital dönüşüm için;

- İş modelleri ve hedefleri için teknoloji odaklı düşünülmeli,
- Silo yaklaşımlı prosesler ve uygulamalara son verilmeli,
- Verinin değeri bilinmeli ve doğru işlenmeli,
- Parçalara bölmeli, hızlı denemeli ve hızlı görmeli,
- Entegrasyona işbirliğine hazır olunmalı,
- Organizasyonunu dijitale dönüştürmelidir.

[15] Avrupa Birliği'nin yeni dönem Araştırma ve Yenilik Çerçeve Programı olan "Horizon 2020" ise 2014-2020 yılları arasındaki dönem içerisinde yaklaşık 80 Milyar Avro'luk bir bütçe ile hayata geçmiştir.

454 sayılı VUK Genel Tebliğine göre 1.1.2016 sonrasında internet üzerinden içerik ve hizmet satan uluslararası şirketlerin Türkiye'den elde ettikleri gelirler biliniyor olacağından bu tarz gelirler üzerinden KDV tahsilatı artık daha kolay olacaktır. Ancak bu tahsilatı yapabilmek için ya AB, KDV direktiflerine paralel olarak hizmet satan uluslararası şirketlerin sadece KDV için mükellefiyet tesis ettirmesi mümkün kılınmalı ya da yurtdışına ödemeye aracılık eden kuruluşlara bu ödemeler üzerinden sorumlu sıfatıyla KDV ödenmesi yükümlülüğü getirilmelidir.

5. KAYNAKÇA:

Aktan C., Vural İ., (2005). Bilgi Çağında Bilgi Yönetimi, Çizgi Kitapevi, s:6, Konya.

Alptekin, E., (2016). Dijital Ekonomik Çağı Yaşıyoruz, İzmir Ticaret Odası, Ar-Ge Bülten Mayıs-Haziran Ekonomi, s:6-7, İzmir.

Ata Y., (2009). Yeni Ekonomik Düzenin Kavramsal Çerçevesi ve Ekonomilere Sunduğu Fırsatlar: Adana Ekonomisi Üzerine Bir İnceleme, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt:18, sayı:1, s:28, Adana.

Bedük A., (b.t.). Bilgi Çağı, Örgütlerde Bilginin Önemi ve Bilgi Teknolojilerinin Örgütlere Sundukları Değişim ve Olanaklar, Selçuk Üniversitesi, Karaman İ.İ.B.F., s:695, Konya.

Demiraslan, V., Elaldı, F. (2017). Elektronik Ticaretin Dünden Bugüne Gelişimi, Geleceği ve KOBİ'lere Olan Etkileri, Dimitrov, D., vd.(Ed.), III. IBANESS Congress Series-Edirne/Turkey, Bildiriler Kitabı içinde (ss.1321-1333). Namık Kemal Üniversitesi, TEKİRDAĞ.

İNTERNET KAYNAKLARI:

Amazon, Google'ı Geride Bıraktı, 2018,

http://www.milliyet.com.tr/amazon-google-i-geride-birakti-istanbul-yerelhaber-2673443/

Bağlantılı Dijital Ekonomi, 2017

https://www.bilisimzirvesi.com.tr/documents/Duyurular/1_sunumbaglantili-dijital-ekonomi-ve-gercekleri-v5.pdf

Can, M. (2017) 1 milyon girişimciye 2017 piyangosu,

https://www.sabah.com.tr/ekonomi/2017/02/07/1-milyon-girisimciye-2017-piyangosu

Cin, E. (2015) Tümleşik İletişim Pazarı 2020 Yılında 75,81 Milyar $'lık Hacme Ulaşacak!

http://www.girisimhaber.com/post/2015/07/10/Tumlesik-Iletisim-Pazarinin-2020-Hedefi.aspx

Dijital ekonomi masa başı çalışma dönemi sona erdirecek!, 2015

https://emlakkulisi.com/dijital-ekonomi-masa-basi-calisma-donemi-sona-erdirecek/393230

Dinçtürk, E. (E.T:2018) Uluslararası Şirketlerin Türkiye'de İşyeri Oluşturmaksızın Yaptığı Elektronik Ticarette KDV Uygulamaları,

https://www.verginet.net/dtt/18/e-ticaret-KDV.aspx

Dünya Ekonomik Forumu Küresel Rekabetçilik Endeksi, 2017,

http://www.adaso.org.tr

Kaya, Ş., (2018) Dijital ekonomi: Meeker raporu çıktı!

http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/sahver-kaya/dijital-ekonomi-meeker-raporu-cikti-40864952

Kılıç, C., (2015) Verimlilik istiyorsak dijital ekonomi şart!

http://www.milliyet.com.tr/yazarlar/cem-kilic/verimlilik-istiyorsak--dijital-ekonomi-sart--2103640/

Nedir, 2018

http://www.dijitalhayatakademisi.com/nedir/

OECD: İnternet hattı abonesi 1 milyara ulaştı, 2015

https://www.dunya.com/sektorler/teknoloji/oecd-internet-hatti-abonesi-1-milyara-ulasti-haberi-286128

Öymen, E., (2015). Türkiye'de Dijital Ekonomi,

https://www.dunya.com/kose-yazisi/turkiyede-dijital-ekonomi/24246

Yılmaz H., Değer A., (E.T:2018) Dijital İktisadi Faaliyetlerde İşyeri Paradoksu ve Vergisel Boyutu,

https://www.verginet.net/dtt/18/DijitalIktisadiFaaliyetlerdeIsyeriParadoksuveVergiselBoyutu.aspx

Religious Tourism and Turkey

Doç. Dr. Dursun Yener[1] **Dr. Öğr. Üyesi Ebru Onurlubaş[2]**

[1]İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü, dursun.yener@medeniyet.edu.tr

[2]Trakya Üniversitesi, Keşan Yusuf Çapraz Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası Ticaret Bölümü, ebruonurlubas@trakya.edu.tr

Abstract: Tourism as a socio-economic phenomenon that involves the relations and activities taking place within a country and also within the circuit of material and spiritual values exchanged between countries while spending one's leisure time. Religion is a system of beliefs about the supernatural and spiritual world, about God, and about how humans, as God's creatures, are supposed to behave on this earth. Religion and tourism are always associated in different regions and beliefs. Turkey is known as the cradle of civilizations for more than 10.000 years incorporating prehistoric times. In this study, Turkey's role as a religious tourism destination will be analyzed.

Key Words: Tourism, Religiosity, Pilgrimage, Turkey, Religious tourism

1. INTRODUCTION

Religion and tourism are always associated in different regions and beliefs. Human migration has been linked to religion from the earliest times (Sigaux, 1966; Vukonic, 1996). Furthermore, religious tourism, whose participants is motivated either in part or exclusively for religious reasons, is widely considered to be one of the oldest forms of travel (Kaelber, 2006; Rinschede, 1992). Collins-Kreiner and Gatrell (2006) note that it is impossible to understand the development of tourism without studying religion and understanding the pilgrimage phenomenon. Religious tourism has increased both in scale and scope and now represents a significant sector of the international tourism market (Olsen and Timothy, 2006).

Historically the three main religions; Judaism, Christianity and Islam coexisted in Anatolia. Due to this historical and to some extent, modern day coexistence, Turkey is now the home for various religious monuments and remnants of deep cultural value for the three main religions of the world (www.goturkey.com). With its historically significant religious sites like Harran; the birthplace of Abraham, Mountain Ararat; the site where Noah`s Ark was grounded, Ephesus; the town where the Virgin Mary lived for a certain period of her lifetime and Tarsus; where Saint Paul, the leading missionary of the Christian faith once lived and so on, Turkey has a lot to offer in terms of religious tourism (Kartal et al., 2015) When this great repertoire of historical treasures that Turkey has, it is obvious that Turkey may serve as a significant destination for religious tourism.

2. TOURISM

The Dictionary of Marketing and Business defines tourism as a socio-economic phenomenon that involves the relations and activities taking place within a country and also within the circuit of material and spiritual values exchanged between countries while spending one's leisure time. The WTO Conference in Ottawa redefined tourism, stating that the term refers to the activities undertaken by persons during their travels in places outside their residential areas for more than 24 hours or at least one night and less than a year for leisure, business and other purposes not related to the exercise of an activity remunerated from within the place visited (Alecu, 2010). Analyzing these definitions, at least five elements appear as important to tourism activities (Matei, 2005);

- tourism activities go beyond routine and beyond the area in which the routine activities take place;
- tourism means travelling but not necessarily means of transportation;
- tourism means accommodation at the destination place for at least one night;
- regular meals provided at destination;
- there is a personal motivation; the destination motivates the consumer

Tourism is one of the largest industries in the world getting currencies to global economy and creating new job opportunities as well as providing socio-cultural interactions. Depending upon to World Travel and Tourism Councils' (WTTC) data, in 2009, tourism industry employed 210 million people worldwide and it meant 7,6% of global employment. The industry generated about US$ 5.5 billion of economic activity, which accounted for

9.4% of global GDP. Tourism practices have gone through radical transformations in the global era. First of all, improvements in and cheapening of transportation and communication technologies enable a greater mobility, which results in longer distances being traveled for less money in less time (Sampson, 1985). Second, globalization implies greater political and economic integration. The declining importance of national borders has increased the mobility of people. In fact, it even generated a new type of tourism activity based on border shopping (Timothy, 1995).

Turkey has one of the fastest growing tourism industries in the world. The availability of natural, historical, and cultural resources, as well as the welcoming investment environment provided under government incentives, makes tourism a developing sector in the economy. A major portion of Turkish tourism depends on seaside mass tourism and leading tourism destinations in Turkey are located along the Aegean and the Mediterranean coastline. Turkey is one of the most famous destinations with attracting more than 20 million tourists annually. The number of tourist arrived to Turkey was 5,3 million in 1990, it increased to 11,6 million in 2000 and 27,0 million in 2009. It generated more than 22 billion US dollars. Depending on these data, Turkey is one of the 10 most important tourist destinations around the world. Turkey has more comparable advantages by comparing its competitors. It has different alternatives to attract more tourists and also to get more revenues from world's tourism pie (Aykaç, 2005).

2. RELIGIOSTIY

Religion is a system of beliefs about the supernatural and spiritual world, about God, and about how humans, as God's creatures, are supposed to behave on this earth (Sheth and Mittal, 2004). One function of religion is to provide a source of meaning and purpose for people (Yener, 2013, 2014a, 2015b). Religion can provide a framework which makes life understandable and interpretable (Vitell, Paolillo and Singh, 2005). It is a complex subject to understand the effects of religions on human behaviors. The studies have focused on the effect of the degree of commitment in religion on behaviors (Muhamad and Mizerski, 2010). Religion is a universal construct that have an impact on people's attitudes, values and behaviors (Mokhlis, 2009). Every religion contains attitudes that shape of its members in all areas of social life.

The studies in sociology or psychology discipline focus on the religion, but its role in consumer research has not sufficiently been held (Essoo and Dibb, 2004). Religious values are seen as a potential explanatory in predicting consumer behavior, but it is seen as a taboo subject in the field of marketing it was not studied in depth (Muhamad and Mizerski, 2010). Religiosity level affects people's preferences. Marketers cannot ignore the influence of religion on the behavior (Fam, Waller and Erdogan, 2004). Purchasing decision reflects consumers' personality and it is affected by gender, age, nationality and religion (Mokhlis, 2006). Islamic teachings include marketing and economic activities (Yener, 2015a, 2014b). People are required to implement all activities on the basis of religious rules throughout their lives (Saeed, Ahmad and Mukhtar, 2001). No tourism activities take place outside of this scope.

2.1. Religious Tourism

Religious travel has existed since antiquity. Religious travel of all kinds has a long history: experts point to pilgrimage being institutionalized in parts of India more than 1000 years ago, whilst some sources trace travel to sacred sites back 30,000 years. Islam, for instance, has been characterized by the concept of pilgrimage as one of the basic pillars of Islamic faith. The idea that there is relationship between religion and tourism is not a new one. Religion is considered one of the important factors in the decision-making process with regard to travel destinations (Collins and Tisdell, 2002; Essoo and Dibb, 2004). Weidenfeld and Ron (2008) argue that the relationship between tourism and religion constitutes a valid and important area of research. They further stated that satisfying religious needs in the tourism industry should be taken into consideration especially in the marketing process. They believed that religious needs should be met in all tourism businesses and facilities such as attractions, airports, visitor information centers, and food outlets. Religious tourism is more of a commitment than visiting a museum or historical site. For members of a religious organization and volunteers that work at these sites, religious tourism represents a commitment to their faith and the importance of religion in their lives.

Pilgrimage has been defined as "a physical journey in search of truth, in search of what is sacred or holy" (Olsen and Timothy, 2006). The definition of pilgrim is entirely determined by the motivation and destination of the traveler. Pilgrims usually travel to sites of spiritual importance. Pilgrimage is an important feature of the

world's major religions: Islam, Christianity, Judaism, Buddhism and Hinduism. Pilgrimage is also an important subject due to its scope and spatial influence: each year, an estimated three to five million Muslims make the Hajj (the annual Muslim pilgrimage to Mecca on a specific date), some five million pilgrims go to Lourdes in France, and approximately 28 million Hindu pilgrims visit the River Ganges in India (Singh, 2006). According to Collins-Kreiner, et.al. (2006), the motivations for undertaking pilgrimage include the following:

- to fulfill a commandment of the religion, usually resulting in enhanced status after the return home.
- as an act of devotion to be close to the site of a miraculous or religiously significant event, for example, an "epiphany".
- to perform a deed of gaining remission of sins by visiting a place of grace.
- to meet particular needs such as health.
- to appease a deity in the face of misfortune.
- to be at a site where miraculous events are expected in the future.
- to attend a prayer meeting with a religious leader, a saintly person, or a sage.
- to attend a religious ceremony.
- to join others in visiting a folk-religion site.

Unlike the Middle Ages, when pilgrimage was conceived mainly in terms of pertinence, expiation, purification and redemption, during the post-medieval period the emphasis was on the changes that took place in the individual during the journey. The central themes of pilgrimage such as destination and faith were replaced by the mere experience of travelling (Swatos and Tomasi, 2008). The concept of journey still stood as a force transforming individual personalities, mentalities and social relationships. The journey itself had a new focus which was the fulfillment of the individual through the expression of personal freedom by setting out on the journey. While for the ancients the journey was considered to be valuable in the way that it explained human faith and necessity, the modern individuals celebrated it as a manifestation of freedom (Leed, 1992). The period of transition in the European history which started by the Industrial Revolution between late 18th and mid 19th centuries and concluded with the advent of the 1900s, a century that saw great discoveries in a variety of fields, whose contribution to the birth and growth of tourism was decisive. The modern individual of the 20th century was principally the outcome of industrialization along with a diverse set of social processes which resulted in the birth of tourism and of religious tourism in particular. The emergence of tourism as an industry was the evident result of a set of novelties brought about by the new century; improved means of communication and road transportation as the external forces along with the increased self-awareness of the individual, greater social influence exerted by the society and most importantly the availability of the free time or leisure time of the modern individual which marks a time frame when the individual is free of immediate and specific obligations and can be in search of new experiences (Swatos and Tomasi, 2008).

Travel, as a vital component of tourism, also comprises an integral part of religious tourism; in other words, religiously motivated travel. Pilgrimages and religious tourism both comprise sacred journeys. Despite pilgrims and tourists share similar characteristics, they are significantly different. Comparisons between these two groups are most often drawn when looking at sites that attract both people that are religiously motivated (pilgrims) and those who are not (tourists). Pilgrims and tourists have also been differentiated by their understanding of place. When travelling to a location, it is argued that the tourist views the place as peripheral while the pilgrim sees it as central (Digance, 2003). Religious tourism can be briefly defined as a special tourist activity orientated by the religious culture in question, in the context of a specific eco-cultural environment accompanied with specific tourist activities and practices based on worshipping, research, sightseeing and culture carried out by religious followers and lay tourists (Mu et al., 2007). Religiously motivated travel or as it is more commonly known as Religious Tourism, is increasing at a global scale due to the modern individuals` growing need for spirituality and seeking solace in a more than ever turbulent world. Religious tourism is said to have five characteristics (Da Graca, 2003). As a viable component of modern tourism, five major characteristics were defined by Santos to distinguish religious tourism from pilgrimage:

- Voluntary, temporary and unpaid travel
- Motivated by religion
- Supplemented by other motivations
- The destination is a religious site (local, regional, national or international status)
- Travel to the destination is not a religious practice.

The basic distinction between the two forms of faith-based travel; pilgrimage and religious tourism; is that, in

addition to the religious motivation, religious tourism is also characterized by other forms of touristic motivations such as cultural, sociological, special interest and heritage related. A deeper understanding of faith and an overall awareness of any given faith or religion to a larger audience become possible through religious tourism.

According to Ostrowski (2000), the distinction between religious tourism and pilgrimage lies in the motivation behind both concepts. As for pilgrimage there is a strong religious devotion to the idea of reaching the destination regarded as sacred and the whole practice is performed in a systematic framework, which is connected with prayers, specific rituals, penance and other forms of cult performed both along the way and at the pilgrim age destination. In the context of religious tourism however, in addition to the religious motives, educational and cultural motives are also at play. Either a single sacred site or a multitude of sacred sites can be visited on a religious tour/religious tourism journey while these sacred sites are not considered as ultimate points of destination. Even though the tourists may participate piously in the religious rituals which would lead to religious contentment and spiritual enlightenment during and after the journey, the sites visited contribute to general human knowledge by satisfying cultural needs. Visiting Mecca as a tourist and going to Mecca for the Islamic pilgrimage (hajj) is different.

2.2. Turkey as A Destination for Religious Tourism

As often known as the cradle of civilizations for more than 10.000 years incorporating prehistoric times, ancient Anatolian civilizations (Hittites, Assyrian, Urartu, Hatti, Hurrian, Byzantine Empire (Eastern Roman Empire), Seljuk Empire, Ottoman Empire and eventually the modern Turkish Republic; Turkey extends as a bridge between Europe and Asia. Historically the three main religions coexisted in Anatolia. Due to this historical and to some extent, modern day coexistence, Turkey is now the home for various religious monuments and remnants of deep cultural value for the three main religions of the world (www.goturkey.com). Turkey, played a significant role in the history of Judaism and Christianity, with its historically significant religious sites standing as a proves: Harran; the birthplace of Abraham, Mountain Ararat; the site where Noah`s Ark was grounded, Ephesus, Tarsus and Cappadocia region

With the Faith Tourism Project enacted in the year 1993, Republic of Turkey Ministry of Culture and Tourism came up with a huge inventory of the sacred sites inherited through the three monotheistic religions (Judaism Christianity and Islam) which coexisted in the Turkish soil through the centuries. The inventory is based upon the following criteria:

- Being of prominent religious significance and attracting a large number of visitors.
- Having a prominent significance in terms of the history of art.
- Having a unique and interesting architectural characteristic
- Being located at a fairly reachable location and being included in the itineraries of Travel Agencies.

All the preparations were made to enhance and preserve the architectural structures, remnants and surroundings of the historically significant sacred sites built through the centuries all around Turkey in commemoration of the three monotheistic religions. Through the planned enhancements in terms of environmental planning, lighting and transportation, the objectives are to promote them to increase the number of visitors and to preserve these invaluable hereditary remnants for future generations. Within the context of the Faith Tourism Project the following 9 sacred sites and structures which played a significant role in the history of Christianity, have been determined to be preserved and promoted (http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,10173/inanc-turizmi.html);

- Hatay: St. Peter`s Cave Church
- Mersin-Tarsus: St. Paul`s Museum
- Izmir-Selcuk: The House of Virgin Mary
- Antalya-Demre: St. Nicolas Church
- Bursa-Iznik: Hagia Sophia Church
- Manisa-Sard: Sard Synagogue
- Manisa-Alasehir: Alasehir Church
- Manisa Akhisar: Akhisar Church
- Isparta-Yalvac: Antioch of Pisidia
- Nevsehir-Derinkuyu: Derinkuyu Orthodox Church

CONCLUSION

Geographically situated as a bridge between Asia and Europe, Turkey covers the whole of Asia Minor and stretches toward the shores of the Mediterranean, Aegean and the Black Sea. Offering the perfect climate with four seasons and impeccable coastline along the Mediterranean, Aegean and Black Sea, Turkey is mostly renowned as a coastal tourism destination. Also, as a rich heritage land dating back to prehistoric times, Turkey is, at the same time, a major religious tourism destination due to its various sites of religious and historical significance. Turkish heritage of the religiously sacred and historically significant sites is so vast that the country is also known as the land of the New Testament as much of which was written by the three major apostles St. Peter, St. Paul and St. John in Asia Minor, where modern day Turkey is located, as part of the first spread of Christianity without which the religion could not thrive and become a major world religion as it is today.

When this great repertoire of historical treasures that Turkey has, is combined with the globally increasing tendency for religious tourism due to the global rise of spirituality, the need for seeking peace and solace in an increasingly turbulent world and modern individual`s urge to track down their own religious and cultural heritage, it is obvious that Turkey may serve as a significant destination for both religious and cultural heritage tourism. The Faith Tourism Project launched by the Turkish Republic Ministry of Culture and Tourism in the year 1993, with the purpose of preserving and promoting the historical sites with religious and cultural significance, should be sustained and expanded. Turkey, as a land filled with Jewish and Christian heritage sites is not promoted and marketed the way it deserves both as a religious and cultural heritage destination enabling the descendants of the both cultures and believers of both religions to seek traces of their ancestors and creating awareness for the rest of the world with respect to the cultural treasures of humanity.

REFERENCES

Alecu, I. C., (2010), Epistemological aspects of religious tourism in rural areas, International Journal of Business, Management and Social Sciences, Vol. 2, No. 3, pp. 59-65

Aykaç, A., (2005), Contemporary Patterns of Labor Transformation Evidence from Turkish Tourism Industry, PhD Thesis, Binghamton University State University of New York.

Collins D., & Tisdell C., (2002), Gender and differences in travel life cycles, Journal of Travel Research, 41(2), pp. 133-143.

Collins-Kreiner, N., & Gatrell, J., (2006), Tourism, Heritage and Pilgrimage: The Case of Haifa's Bahá'í Gardens, Journal of Heritage Tourism, 1(1): pp. 32–50.

Collins-Kreiner, N., Kliot N., Mansfeld Y., & Sagi K., (2006), Christian Tourism to the Holy Land Pilgrimage during Security Crisis, Ashgate.

Da Graca M. P., & Santos, M., (2003), Religious tourism: contributions towards a clarification of concepts. In: Fernandes, C., McGettigan, F. and Edwards, J. (eds) Religious Tourism and Pilgrimage ATLAS – Special Interest Group 1st Expert Meeting, April 2003, Fátima, Portugal.

Digance, J., (2006), Religious and secular pilgrimage: journeys redolent with meaning, In Tourism, religion and spirituality journeys, Eds. Olsen and Timothy, New York, pp. 36-48.

Essoo, N., & Dibb S., (2004), Religious Influences on Shopping Behaviour: An Exploratory Study, Journal of Marketing Management, Vol. 20, pp. 683-712.

Fam, K. S., Waller D. S., & Erdoğan Z. B., (2004), The influence of religion on attitudes towards the advertising of controversial products, European Journal of Marketing, Vol. 38, No. 5/6, pp.537-555.

Kaelber, L., (2006), Paradigms of Travel: From Medieval Pilgrimage to the Postmodern Virtual Tour, In D. Timothy and D. Olsen (Eds.), Tourism, Religion and Spiritual Journeys (pp. 49–63). Abingdon: Routledge.

Kartal, B., Tepeci, M., & Atli, H., (2015), Examining the religious tourism potential of Manisa, Turkey with a marketing perspective, Tourism Review, Vol. 70 Issue 3, pp. 214-231.

Leed, E. J., (1992), La mente del viaggiatore: Dall'Odissea al turismo globale, Bologna: Mulino.

Matei, D., (2005), Turism rural, Teorie si aplicatie, Terra Nostra Publishing House, Iasi.

Mokhlis, S., (2006), The Effect of Religiosity on Shopping Orientation: An Exploratory Study in Malaysia, The Journal of American Academy of Business, Vol.9, No. 1, March, pp. 64-74.

Mokhlis, S., (2009), Relevancy and Measurement of Religiosity in Consumer Behavior Research, International Business Research, Vol. 2, No. 3, July, pp. 75-84.

Mu, Z., Li H., Jian-Hong W., Ji L., Yan-Geng J., & Xiting L., (2007), Religious Tourism and Cultural Pilgrimage: a Chinese Perspective, In Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspective, (Eds.) R. Raj and D. Morpeth, pp. 98-112.

Muhamad, N., & Mizerski D., (2010), The constructs mediating religions' influence on buyers and consumers, Journal of Islamic Marketing, Vol. 1, No. 2, pp. 124-135.

Olsen, D., & Timothy, D., (2006), Tourism and Religious Journeys, In D. Timothy and D. Olsen (Eds.), Tourism, Religion and Spiritual Journeys (pp. 1–22). Abingdon: Routledge.

Ostrowski, M., (2000), Pilgrimages or Religious Tourism, In Selected Research Problems in the Geography of Pilgrimage, Ed. Jackowski A, Peregrinus Cracoviensis, pp.53-61

Rinschede, G., (1992), Forms of Religious Tourism, Annals of Tourism Research, 19(1), pp. 51–67.

Saeed, M., Ahmed Z.U., & Mukhtar S.M., (2001), International Marketing Ethics from an Islamic Perspective: A Value-Maximization Approach, Journal of Business Ethics, Vol. 32, No. 2, July, pp. 127-142.

Sampson, A., (1985), Empires of the Sky: The Politics, Contests, and Cartels of World Airlines, Random House.

Sheth, J.N., & Mittal B., (2004), Customer Behavior: A Managerial Perspective, 2nd ed. Mason, OH: Thomson South-Western.

Sigaux, J., (1966), History of Tourism. London: Leisure Arts.

Singh, R.P.B., (2006), Pilgrimage in Hinduism: Historical context and modern perspectives, In D. J. Timothy & D. H. Olsen (Eds.), Tourism, Religion, and Spiritual Journeys (pp. 220–236), London and New York: Routledge.

Swatos, W. H. Jr., & Tomasi L., (2008), From Medieval Pilgrimage to Religious Tourism. The Social and Cultural Economics of Piety Westport (Co), Praeger Publishers,

Timothy, D. J., (1995), Political Boundaries and Tourism: Borders as Tourist Attractions, Tourism Management, Vol.16, Issue 7, pp. 525-532.

Vukonic', B., (1996), Tourism and Religion. Pergamon: Oxford.

Vitell, S. J., Paolillo J. G.P., & Singh J. J., (2005), Religiosity and Consumer Ethics, Journal of Business Ethics, Vol. 57, pp. 175-181.

Weidenfeld, A., & Ron, A. S., (2008), Religious needs in the tourism industry, Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 19 (2), pp. 357–361.

www.goturkeytourism.com

www.yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,10173/inanc-turizmi.html

Yener, D., (2013). Tüketicilerin Helâl Sertifikalı Ürünlere Karşı Tutumlarını Etkileyen Faktörler ve Risk Algısı, BLMYO Yayınları, İstanbul.

Yener, D., (2014a). Tüketici Etnosentrizmini Etkileyen Bir Faktör Olarak Dindarlık. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 6(12), 65-84.

Yener, D., (2014b). The Effect of Religiosity on Product Involvement in a Muslim Society, Journal of Business Research-Türk, 6(1), 58-69.

Yener, D., (2015a). Factors That Affect the Attitudes of Consumers Toward Halal-Certified Products in Turkey, Journal of Food Products Marketing, 21:160–178.

Yener, D., (2015b). Halal Food Market and Opportunities for Logistics Sector in (Eds. El-Gohary, H., and Eid, R.) Emerging Research on Islamic Marketing and Tourism in the Global Economy, IGI Global, 116-134.

A Research About The Relation Between Information Technology And Agricultural Extension

Ebru IRMAK[1] Prof.Dr. Aydın GÜREL[2]

[1]Lalapaşa Tarım ve Orman İlçe Müdürlüğü, ebruirmak22@hotmail.com

[2]Tekirdağ NKÜ, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü a.gurel2@gmail.com

Abstract: Mounter (2010: 5) Agricultural extension: can be defined as a service or system that helps farmers to increase the productivity and productivity of agricultural production patterns and techniques through education, raising agricultural income, improving in living standards, and living social and educational levels. A number of approaches based on productivity and profitability and aimed at providing accurate and continuous training to the manufacturer in order to achieve this aim have been used for this purpose. But over time, it has been seen that many of these approaches, based on one-way communication, can not achieve the desired success.

Along with the existence of today's information technology, the advantages of access to information, in-depth information access and seamless communication have begun to be adopted in agricultural publishing approaches.

According to a survey conducted by a private publishing company it has been found that use of smart phone manufacturers in Turkey half. However, in technical matters, the proportion of farmers who apply to web sites, services and applications is still very low. Nevertheless, it is thought that the public and private sectors are developing and the use of information technology in agriculture will be widespread.

The purpose of this declaration is to discuss information technologies and the flow of information in agriculture in terms of agricultural extension.

Keywords: Agricultural extension, Communication, Communication Technology, Social Networking.

1. INTRODUCTION

In this study search, how to improve the agriculture extension with internet and social media.

Communication is facilitated with technology in today's age. In this century when we live the age of information, we have searched for information access, grouping of people with common interests over the internet, and how the rural area is affected by it.

2. INFORMATION TECHNOLOGY

Information technology is a means of generating, collecting, accumulating, operating, spreading and protecting information. We benefit from information technology to facilitate the lives of individuals and people. Communication technology is facilitated by the penetration of internet technology into every home and business.

In this way it is probably possible that the information and data use, protection and dissemination. The easiest and fastest way to get information is through the internet environment. The rapid communication of people with each other means that information is exchanged instantly via message and e-mail.

Information technology has changed considerably in the historical process. 2002 is regarded as a significant in this respect; because, since this year people have begun to record more data in digital media than analog media. This change is accepted to be the beginning of the digital age. This can summarize the impacts of two important communication technologyies, mobile phone and internet usage, as follows:

• In the 1990s, the world population

- There were 12.5 million people with 0.25% mobile phones.

- There were 2.8 million Internet users, which was 0.05%.

• In 2002, the world population

- 1.2 billion people, 19%, had mobile phones.

- There were 631 million internet users with 11%.

• In the year 2010,

- 2 billion people, 34%, had mobile phones.

- There were 1.8 billion Internet users with 26.6%.

• By 2016, the world population will be approximately

- 4 billion people, 68% of whom have mobile phones.

- There are 3.6 billion Internet users who are 49.5%.

The situation in Turkey is similar to the developments in the world. For example, The Minister of Transport, Maritime and Communications stated that: the number of enterprises operating in the electronic communications sector has increased to 622, the number of authorizations in the sector has increased to 1009, and the internet access capacity of foreign countries has increased 300 times, reaching 6000 gigabytes today. (Milliyet 28 December 2016).

(Uğur G.,Okursoy A., Turan H, 2016: 1) studied and the name is "education management information systems and assessment of competence area in Turkey". They emphasized in summary that one-dimensional approaches lose importance. Instead of this management information systems and business information programs have increased day by day in the information society.

3. USING INTERNET

The internet is a word-wide, ever-growing network of interconnected computer systems.

The possibilities offered by the internet user; information accessibility, in-depth information, access and easy communication.

3.1. Easy Information Accessibility: Internet technology allows any information users on the network to access very quickly. Users can easily access any content defined as digital, which is visual, auditory, literary quality.

3.2. In- depth Information Access: Information on the internet is unlimited who wants to share information on this network structure; users can easily access the information, as well as freedom to roam and share. It is an advantage that infinite information is placed on the network, because the internet is a free network where management is more limited than other communication environments. The credibility of the information that is accessible withing the environment that everyone can easily share should of course be questioned. Thousands of information sources that users can access the information they need can be located in the internet.

3.3. Uninterrupted and easy communication: Internet is a communication medium where users can easily communicate with each other visually, audibly or in writing. Users hade possibility with fixed or mobile communication technology to communicate without distinction of distance.

The use of the internet for this type of communication is quite common. Today people can be done easily individual or group interviews with video or audio. And also; groups created in accordance with common interest also allow for rapid dissemination of methods and techniques applied in different countries on the same topic.

4. AGRICULTURAL EXTENSION

(Mounter, 2010:5) Agricultural extension; as a service or system that helps farmers increase the social and educational level of rural life by improving the forms and techniques of agricultural production though education, enhancing productivity and raising agricultural income, improving living standards. This definition is quite extensive. In this definition; all areas included in which the farmer lives and operates. So with face to face communication with farmers and agricultural extension searches, education, solidarity and information has been addressed in the agricultural extension system.

This definition refers to the extension as the provision or transfer of some services (suggestions, ideas, technology, information, knowledge and skills) extension working begins with provision of them. It is said that the services provided should be generally useful, necessary new or appropriate.

(Karaoğlu B. 2010: 21-22) said that: the spread of the internet by the development of technology has contributed to the development of new communication environment.

(Eldeniz 2010:21-22) stated that, web not only become searched and consumed but also producing the information. Web 2 has made it a produced, altered, consumed commodity that makes it easier for users of the period to reach and disseminate content. All the same time it has been instrumental in the emergence of new web sites for communication and interaction.

4.1. Agricultural Extension and Internet

Digital platform where the simultaneous information sharing that is captured by the ease of use and communication speed brought about by the next generation web technologies is followed (http://sosyalmedyakulubu.com.tr). Web 2,0' is used in some places instead of social media word. Staring and communication are at the foundation of social media. Social media bring together the technology with words, pictures, voices and videos.

Many consumers use social media to comminicate with friends, keep up to date, make use of people's thoughts and to learn about products.

Social sharing sites have become widespread and have an important role in daily life, aloowing the relations between person and institutions to be moved to different dimensions. Relationships between individuals, communities and institutions have developed, advanced and facilitated, equipped with invisible bonds of the internet. This convenience has brought about the change in the natüre of communication and relationships. For example, CTA (Technical Centre for Agricultural and Rural Cooperation ACP-EU) with web2 and social media learning opportunities between 2010 and 2014 more than 120 face to face interviews and 18 projects to agricultural producers. Let's look at some of these;

- Facebook and Group Space, Eco Village, Rural e-market and e-discussion platforms were established in Madagascar for rural development.

- Facebook, Google Apps, Skype: ICT4Ag courses are organized in Cameroon with blog access to producers.

-Facebook, Google Alerts, Drive, Maps: Rwanda has a telecentre network for young producers.

-Facebook (PROPAC), Youtube: Information source for small-scale producers in Central Africa For young and female producers in Tanzania,

-Twitter: For women coffee makers in Uganda; Facebook, Twitter: For manufacturers of pandas (a kind of pine, screw pine, Pandanus spp.) In Madagascar, Ghana, Samoa,

-Facebook, Twitter, Linkedin: For banana producers in Uganda,

-Facebook: For the beekeepers in Madagascar,

-Linkedin, Google Alerts, Drive, Maps: For cocoa makers in Ghana,

-Twitter, Linkedin, Hangout, Skype Effective and useful in establishing an information network for young producers in Benin, Trinidad and Tobago, and aquaculture, cattle and poultry producers in Madagascar, innovations in modern and sustainable agriculture, food safety, flexibility and The mission has set the mission to promote economic growth.

4.2. Agricultural Extension and Social Media

According to the definition of (Kara and Özgen, 2014: 58) ; social networking environments are emerging with internet-based applications that have been defined as social media in recent times and where many people can share information on a common platform or passively communicate on these occasions. For example: Linkedln, Foursquare, Facebook, etc. There are also Forums, wikis, wordpress, podcasts.

Facebook defines its mission as "being passionately committed to creating engaging and customized experiences for people" and "making the world more open and connected" to give "sharing power" to the user. (https://www.facebook.com/about/privacy access: June 4, 2015).

The emphasis on sharing space and connectivity is important here. Toprak defines this as a "shared area", refers to the need for people to share as much as possible with their friends, and the definition of communication means that Facebook is no longer a social network, but a tool that people use to communicate with each other.

Mark Zuckerberg, founder of Facebook, announces that he has reached 2 billion users in the facebook account dated 28.06.2017. We are making progress on joining the world. Now let me bring the world together. It is a great honor to be with you on this journey, "Zuckerberg said, adding that the number of facebook users reached one billion in October 2012 and said" We reached this number (2 billion) in a short period of five years. "These figures really demonstrate how communication technology is spreading rapidly and the power of unity.

As Giddens (2010: 239) notes, in most modern settings, the individual may have to take part in many different encounters and encounters, each of which may require its own unique and appropriate forms of behavior (2010: 239). Facebook is a social networking site where individuals participate with their own identities and thus continue as an extension of their offline lives, as the environment in which today's people are most likely to present self-presentation, appropriate and consistent behavior among private and public spaces outside the first and second places.

4.2.1. Social Networks (Facebook)

The fact that every living area has its own rules that are expected to fit in and that behavior is primarily to be evaluated in the context of these rules makes it necessary to determine exactly where / where Facebook is in reviewing the traces of everyday life. The third places Oldenburg (1982) defined as the natural environment in which people come together and interact, unlike the first and second spaces (home and work) are the environments in which the individual enjoys friendship and conversation by joining voluntarily, pleasantly, informally, happily Actress Karabulut, 2009: 161 from Oldenburg). Parks, gardens, gardens, cafes, bars, even bus stops where social life, socialization, and mutual communication can be given as examples of the third space.

It is worth noting that the features attributed to the third spaces also manifest themselves in online social networking sites. Facebook is a place where people are voluntarily gathered, created groups of friends, shared their emotions, thoughts and experiences in areas of interest such as music, video and photography a field where they learn about others by sharing. In the light of these comments, the place of Facebook can be clarified as the new habitat and the third space of today's world. Individuals on Facebook have virtual extension of their habitat in life with virtual identity (Binark and Sütçü, 2009: 280).

(Erdoğmuş (2009: 18) argues that digital space can be conceptualized as third spaces in terms of its functions in its work comparing features attributed to Facebook and the third space.

(Szilagyi and Herdon 2006: 1), the name of their studies are : "Impact Factors For Mobile Internet Applications In The Agri-food Sectors", stated that agricultural enterprises and entrepreneurs use mobile communication technologies at all times and everywhere to provide opportunities and economic advantages in supporting and positively . The European Union's support for the use of mobile communication technologies and the fact that these mobile technologies are the basis for the increase in production in the domestic market in Hungary. This mobile technology is said to support developments in rural area production, trade, service sector and marketing.

(Agricultural extension activities through the Internet is developing rapidly in Turkey Although the new.

Oğuz and Dogancukuru 2009: 2) investigated the use of mass media in the production of sunflower plants in the district of Altinekin in Konya province. The research found that the use of radio in agricultural publications decreased, the use of television was widespread, but the agricultural programs were not adequately included in the television programs. In the survey, 98.75% of farmers use mobile phones. A figure of 98.75% indicates that almost all of the Turkish Farmers use mobile phones. This is important for the detection of the application of agricultural propagation. As a matter of fact, the ceptrim can be defined as an organization aiming to

announce all kinds of information and news about agriculture correctly and quickly. Consultants consisting of the Ministry of Agriculture, the Faculty of Agriculture, the Banks and the representatives of the private sector prepare agriculture-related Captive text messages. Prepared text messages are sent to members using the shortest possible abbreviations and plain language. It is aimed to be the main news source for Turkish farmers and anyone who serves Turkish agriculture. Ceptarım joined Unitika Agricultural Consultancy in 2007-2008-2009 Konya agriculture fairs, where he interviewed the farmers to learn about the development of the model and at the same time to promote and sell the system. As of June 2009, there are 1502 members registered.

(Doğançukuru H in Konya Province in 2009: 3) as a means of alternative communication in agricultural publication, % 47.22% support for 72.22%, 41.67% for marketing,% 38.89 for aquaculture,% 55.56 for diseases and harms,% 50 for fertilizers and fertilizers,% 8.33 for ' such as environmental protection.

According to the research of İntel and Tarımsal Pazarlama.com; the computer of 61.7% in Turkey was determined to be the facebook integration. This rate is a sign that farmers use facebook the most from social networks.

Parallel to this work, Thanks to the group called "saffron farming" on facebook, the saffron plant growing in commercial sense is being widespread although it is still in the size of small trial parcels.

Again on Facebook "Turkey Permaculture Contact Group" today through home gardening and plant breeding has shown improvement in a serious sense. This group is evident on 14th December 2017 with the number of members being 4.045.

Our country is a geographical region that allows different climate types to live. This diverse climate and forest presence allows for the growth of natural mushrooms. In the group of "mushrooms (fungi)" with 3.484 members, technical information is given about the classification of mushrooms by specialists. Particularly in the group where the pictures are shared intensively, there is a serious sense of information sharing.

According to the definition of (Keskin S., Baş M. ?:52); Since the early ages of human history, consumers have been constantly exposed to change. Consumers now use the Internet and mobile communication tools as well as traditional media tools. According to the research results, most of the consumers are affected by the things related to the products in the social media. This makes social media more important for companies. Social media has expanded communication between consumers and businesses. People can express their satisfaction or dissatisfaction with products more easily and they can hear their voices easier to operate. In addition, consumers are able to give opinions to other consumers through these circles.

(Keskin S. and Baş M., ?: 66). in their study on "Determining the Effect of Social Media on Consumer Behavior Business Informatics"; consumers are starting to shop from social media accounts as well as e-commerce sites. The number of members in the "Agriculture & Livestock Market" group on Facebook is 11,521. In this group, animals are bought and sold on the internet. Quite large head and small animals, each in an active way by Turkey, tractors, tractor parts are made out of group sales. This group also has groups of 42,799 and 33,828 "farm tractors for sale" and "farm tractors & agricultural tools for second farm" in the same number of active members. Such groups on Facebook are examples of the development of information technology in agricultural communication.

5.RESULT

The great revolution in the Internet and communication has brought people closer together. This rapprochement is national and international. Constructions with common needs, demands and mobile are now grouped on the internet. Facebook is one of the most popular social networking sites with over two billion members. People on Facebook; similar occupational groups, hobbies, needs and demands are found on the Internet. The fact that there are videos, photos and comments on these pages increases the reliability. The lack of time constraints and ease of use make it increasingly popular every day.

Of course, producers have started to use the internet. Today, animals are bought and sold on the internet through various pages. With video and photographs, your visuals are at the forefront of sharing information on topics that are so diverse and specialized, such as plant breeding, taxonomy, and so on.

Increasing productivity and quality for the farmer is the most basic task. The increase of these parameters is now possible only with the use of technology. It is very easy to deliver the right information in the short time via the internet with today's technology. The producers tend to adopt these innovations.

6.REFERENCES

AKIN, T. ve YILDIRIM C., Türkiye'de Çiftçilerin Bilişim Teknolojilerini Kullanımı ve Getirdikleri. http://ab.org.tr/ab13/bildiri/72.pdf. Erişim tarihi 26 Aralık 2017.

ALBAYRAK, M., 2008. Gıda pazarlamasında E-Ticaretin Uygulanma Şekilleri ve Olası Gelişmeleri VIII.Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi Bildirileri, 2008 Bursa

Anonymous (2015). Learning Opportunities for Web 2.0 and Social Media. CTA, http://www.cta.int/en/article/2015-02-13/learning-opportunities-for-web-20-and-social-media.html (erişim tarihi:03.04.2018).

DOĞANÇUKURU H (2009).Konya İlinde Tarımsal Yayımda Alternatif Vasıtası Olarak Ceptarım Uygulamaları ve Geliştirme Olanakları. (Y. Lisans), Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.

EDOKA M.H, IGBOKME E.M. and Adejo P.E (2014). Constraints to Farmers' Labour Group Productivity in Eastern Kogi State, Nigeria. Journal of Agricultural Extension, 2:68-76.

ERDOĞMUŞ F. (2009). Conceptualizing online environments as third places; an analysis on second life and Facebook. Yüksek Lisans Tezi, Boğaziçi Üniversitesi, Ankara.

Facebook (2018). Veri İlkesi. Facebook, https://www.facebook.com/about/privacy (erişim tarihi: 04.06.2015).

İŞLEK, M. S. 2012. Sosyal Medyanın Tüketici Davranışları Üzerine Etkisi. Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

KARAOĞLU B (2015). Gündelik Hayatta Benlik Sunumunun Sosyla Paylaşım Ağı Facebook Üzerinden İncelenmesi (Y.Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Ankara.

KESKİN S, Baş M (2015). Sosyal Medyanın Tüketici Davranışları Üzerine Etkisinin Belirlenmesi. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17: 51-69.

KIZILASLAN, H. ve GÖNÜLTAŞ, H., (2011). Bilişim Teknolojisinin Tarım Ürünlerinin Pazarlamasındaki Konum ve Önemi (E-Pazarlama). Tokat GOÜ, Ziraat Fakültesi Dergisi, 2011, 28(1), 1-11

KIZILASLAN, N. ve ÜNAL, T., 2015. Tarımsal Pazarlamada Alternatif Pazarlama Ağı Olan Elektronik Ticaretin (E-Ticaret) SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi. Türk Tarım – Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi, 3(7): 537-544, 2015

ÖZDEMİR S.S., Özdemir M., Polat E., Aksoy R. (2014). Sosyla Medya Kavramı ve Sosyal Ağ Sitelerinde Yer Alan Online Reklam Uygulamalarının İncelenmesi. Electronic Journal of Vocational Colleges, 58-64.

ŞENTÜRK, Ü. 2008. Enformasyon Toplumunda Eğitimin Yeri. Türk Eğitim Bilimler Dergisi, 6(3):487-506

TEZCAN, M. 2002. Küreselleşmenin Eğitim Boyutu. Eğitim Araştırmaları Dergisi, (6): 56-60.

TEZGÜLER S (2013). Sosyal Medya Nedir? Sosyal Medya Kulübü, http://sosyalmedyakulubu.com.tr/sosyalmedya/sosyal-medya-nedir.html (erişim tarihi:03.04.2018).

TÜRKER, U. 2009. Tarımda uzaktan eğitim sistemleri için iletişim teknolojisinin kullanımı. 25. Tarımsal Mekanizasyon Ulusal Kongresi. Isparta http://www.tarmakbir.org

UĞUR, N. G., OKURSOY, A. ve TURAN, A. H., (2016). Türkiye'de Yönetim Bilişim Sistemleri Eğitimi ve Yetkinlik Alanı Değerlendirmesi. İşletme Bilimi Dergisi (JOBS), 2016; 4(1): 111-122. DOİ: 10.22139/ibd.88757

Tüketicilerin Tavuk Eti Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Logit Analizi ile Belirlenmesi: Aydın Merkez İlçe Örneği

Dr. Öğr. Üyesi Ebru Onurlubaş[1] **Doç. Dr. Dursun Yener[2]**

[1]Trakya Üniversitesi, Keşan Yusuf Çapraz Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası Ticaret Bölümü, ebruonurlubas@trakya.edu.tr

[2] İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü, dursun.yener@medeniyet.edu.tr

Özet: Zaman içerisinde bilinçlenen tüketiciler sağlıklı olarak hayatlarını sürdürebilmek için temel fizyolojik gereksinim olan yeterli ve dengeli beslenme konusunda daha duyarlı hale gelmeye başlamıştır. Bu nedenle, karbonhidratları, yağları, vitaminleri, mineralleri ve proteinleri gerekli miktarda tüketmeye özen göstermektedirler. Yeterli ve dengeli bir beslenme için protein ihtiyacının önemli bir kısmının hayvansal kaynaklardan sağlandığı bilinmektedir. Kırmızı et fiyatının yüksek olması, insanları hayvansal protein eksikliğini kanatlı et tüketimi ile dengelemeye yöneltmektedir. Tüketiciler, kırmızı ete göre daha uygun fiyatlı ve daha az yağlı olan, bunun yanı sıra protein ve vitamin içeriği fazla, sindirimi kolay, lezzetli ve düşük kalorili olan kanatlı etlerinden olan tavuk eti tüketimine yönelmişlerdir. Bu araştırmada, Aydın ili merkez ilçede yaşayan hane halkının tavuk eti tüketim alışkanlıkları ve tüketimi etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, belirlenen 450 hanenin hane halkından rastgele birer kişi seçilerek anket yapılmıştır. Elde edilen veriler SPSS 22.0 programı ile analiz dilmiştir. Araştırmanın bulgularına göre kişi başına yıllık tavuk eti tüketim miktarı 22,02 kg'dır. Yapılan lojit analizi sonuçlarına göre tavuk eti tüketimini etkileyen faktörler; medeni durum, ailedeki birey sayısı, gelir durumu, tavuk eti fiyatının ucuz olması, hormon bulunmadığını düşünme, tavuk etinin besleyici ve sağlıklı olduğunu düşünme olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tüketici Davranışı, Tavuk Eti, Logit

1. GİRİŞ

Küreselleşmeyle beraber toplumun tüketim alışkanlıklarındaki değişimler, beslenme alışkanlıklarına da yansımıştır. Yani toplumun beslenme alışkanlıkları iklim, tarım, sanayileşme ile beraber zaman içerisinde değişim göstermiştir. Beslenme, üretken olarak hayatı sürdürebilmek açısından birincil fizyolojik gereksinimdir. Beslenme için gerekli olan karbonhidratlar, proteinler, yağlar, vitaminler ve mineralleri gerekli miktarda tüketemeyen kişilerde fizyolojik ve metabolik eksiklikler görülmektedir. Fizyolojik ihtiyaçların karşılanması için metabolizmanın ihtiyaç duyduğu bitkisel ve hayvansal gıdaların yeterli miktarda tüketilmesi gerekmektedir (Onurlubaş ve Gürler, 2015a).

İnsanların beslenmesinde, bedensel ve zihinsel gelişimlerinde büyük öneme sahip olan hayvansal kaynaklı gıda ürünlerinin, kişi başına düşen tüketim miktarının en azından fizyolojik gereksinimler doğrultusunda yeterli bir düzeye çıkarılması gerekmektedir (Cevger vd., 2005). Yeterli ve dengeli bir beslenmenin sağlanabilmesi için protein ihtiyacının kaçınılmaz olduğu ve günlük protein ihtiyacının üçte birinin hayvansal kaynaklardan alınmasının gerekliliği bilinmektedir (Hanta, 1994). Hayvansal protein kaynakları içerisinde et tüketiminin önemli bir payı vardır. Et, insanların büyümesi, yaşaması ve fizyolojik fonksiyonlarını yerine getirilebilmesi için gerekli bütün aminoasitleri ihtiyaç duyulan çeşit, miktar ve oranda yapısında bulunduran temel bir gıdadır (Onurlubaş vd., 2015b). Ayrıca, günümüz koşullarında ülkelerin kişi başı et tüketim miktarı o ülkenin kalkınma ve gelişmişlik düzeyi hakkında önemli bilgi sağlamaktadır. Ülkeler arasında mevcut olan gelişmişlik farklılıkları ülke içerisinde bölgeler hatta yöreler arasında da değişkenlik gösterebilmektedir (İskender vd., 2015:10). Kırmızı ete göre daha ucuz olan beyaz et insan beslenmesinde besin değeri açısından tartışılmaz bir öneme ve yere sahiptir. Tavuk eti, uluslararası terminolojide "Kanatlı Eti" kavramı içinde değerlendirilmektedir. Bu tanımın içinde piliç, hindi, bıldırcın, ördek, kaz gibi hayvanların etleri de yer almaktadır. Özellikle beyaz et kategorisinde değerlendirilen tavuk eti, koyun ve sığır eti gibi kırmızı et kategorisindeki et ve et ürünlerine kıyasla insanların sağlıklı ve dengeli beslenmesinde daha yüksek proteine sahip olması ve (Demby ve Cunningham, 1986) daha az yağ içermesi, kaliteli protein, vitamin ve mineral içeriğinin yanı sıra sindiriminin kolay olması, lezzetli ve düşük kalorili gıda olması bakımından insan beslenmesinde önemli bir yere sahiptir (Taşkın 2003; Demirözü, 2013). Ayrıca, tüketicilerin reel gelir düzeyinin azalması, tüketicilerin beyaz ete yönelik pozitif motivasyonuna sebep olarak satın alma modellerinde artan bir tüketim trendine olanak sağlamıştır. Tüketicilerin hem reel gelirlerinin azalması hem de kırmızı etin üretim, arz ve pazarlama zincirinde yaşanan problemlerin bertaraf edilebilmesinin ve hayvansal protein açığının hızlı ve daha düşük bir maliyetle kapatılması için tavuk eti, tek alternatif olarak karşımıza çıkmaktadır (Topçu vd, 2015)

2. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

2.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmada, Aydın ili merkez ilçede hane halkının sosyo-ekonomik ve demografik yapılarını belirlemek, insan sağlığı için önemli bir yere sahip olan tavuk eti tüketim miktarını, satın alma şekillerini, satın alma sıklığı, satın aldıkları yer, satın aldıkları yeri tercih etme nedenleri, parça tavuk tüketiminde en fazla tercih edilen çeşitler, bilinen markalı bütün tavuk tercih nedenleri, bilinen markalı parça tavuk tercih nedenleri, tavuğun en fazla tüketildiği mevsimi tespit etmek ve tavuk eti tüketimini etkileyen faktörlerin ortaya konması amaçlanmıştır.

Çalışma Aydın ili merkez ilçede hane halkından rastgele sadece bir kişiyle görüşülerek 450 haneden elde edilen verilerden oluşmaktadır. Veriler 2018 yılı Ocak ayına aittir. Aydın İlinin toplam nüfusu 2017 yılı verilerine göre 1.080.839'dur (TÜİK, 2018). Aydın merkez ilçe nüfusu ise 287.518'dir. Belirlenen ana kütleden sonra örnek hacminin elde edilmesinde kullanılan formül aşağıdaki gibidir (Arıkan, 2007);

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N-1) \cdot D + p \cdot q}$$

N= Ana kütle (287.518)

p=0.5

q=0.5

$D=(e/z)^2$ $(0, 0462/1,96)^2$

D= Hata oranı (0,000555)

z= istatistik değeri (1,96, %95 güven aralığı)

n=450 adet

Örneklem çerçevesi tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi ile 450 haneye, her hane halkından rastgele bir kişiyle yüz yüze görüşülerek yapılmıştır. (0,0462 hata payı, %95 güven aralığında örnek hacmi belirlenmiştir). Anket verileri elde edildikten sonra SPSS 22 istatistiki programında tablolar haline getirilerek, frekans ve yüzdelik dilimleri aracılığı ile yorumlanmıştır.

Araştırmanın veri analizi yönteminde ise nitel değişkenli ekonometrik modellerden Logit Model kullanılmıştır. Logit model çözümlemesinde şu sıralama takip edilmiştir; öncelikle logit model tahmin edilecek, olasılık oranı belirlenecek, katsayılar ve odds oranı elde edilecektir. Daha sonra marjinal odds oranları hesaplanarak yorumlama yoluna gidilecektir. Normal bağımsız dağılım fonksiyonundan türetilen logit model Eşitlik 2'deki gibi ifade edilebilmektedir;

$$Pi=E(Yi=2\,|\,Xi) = F(Ii)) = F(\beta0 + \beta1Xi) = 1/(1+e^{(-Ii)}) = 1/(1+e^{(-(\beta0+\beta1Xi))}) \quad (1)$$

Ii $-\infty$ ile $+\infty$ arasında değer alırken Pi de 0-1 arasında değer almakta ve Pi ile Ii arasında doğrusal olmayan bir ilişki bulunmaktadır. Bu durumda OLS yöntemi ile çözümleme yapılamaz. Ancak bazı işlemlerle doğrusal hale dönüştürülebilir.

$$e^{Ii}=Pi/(1-Pi) \quad (2)$$

elde edilir.

Pi/(1-Pi) olasılık oranıdır (odds ratio). Yani olma olasılığının olmama olasılığına oranıdır. Son olarak eşitliğin her iki yanının doğal logaritması alındığında Eşitlik 3 elde edilir;

$$Li= Ln(Pi/(1-Pi))=Ii=\beta0+\beta1Xi \quad (3)$$

elde edilir (Kramer, 1991).

Burada olasılık oranının logaritması olan Li, artık sadece Xi ye göre değil, aynı zamanda katsayılara göre doğrusal hale gelmiş olmaktadır. Bununla birlikte, Pi nin Xi ye göre değişme oranının yalnız β1 e değil, aynı

zamanda değişimin ölçüldüğü olasılığın düzeyine de bağlı olduğunu gösteren ve marjinal odds oranı olarak nitelendirilen eşitlik aşağıdaki gibi ifade edilebilir;

$$\partial Pi/\partial Xi = Pi\ (1-Pi)\ \beta 1 \qquad (4)$$

elde edilen marjinal odds oranı Xi deki 1 birim değişmenin Pi üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır (Özer, 2004).

2.2. Araştırma Formu ve Ölçek

Araştırma verilerinin toplanmasında yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formunun oluşturulmasında Altuntaş ve Doğan (2016), Dokuzlu ve ark. (2013) yapmış olduğu çalışmalardan yararlanılmıştır. Araştırma anketinin birinci bölümünde katılımcıların demografik özellikleri yer almaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde ise tavuk eti tüketim miktarı, satın alma şekli, satın aldıkları yer, satın aldıkları yeri tercih etme nedenleri, bütün tavukta marka tercih nedenleri, parça tavuk tüketiminde en fazla tercih edilen çeşitler, parça tavukta marka tercih nedenleri, tavuğun en fazla tükettiği mevsim, tavuk tüketimini etkileyen faktörler yer almaktadır. Katılımcıların tavuk tüketimi ile ilgili algı ölçeğinde yer alan sorular 5'li Likert formatında (Kesinlikle Katılmıyorum (1), Katılmıyorum (2), Kararsızım (3), Katılıyorum (4), Kesinlikle Katılıyorum (5)) hazırlanmıştır.

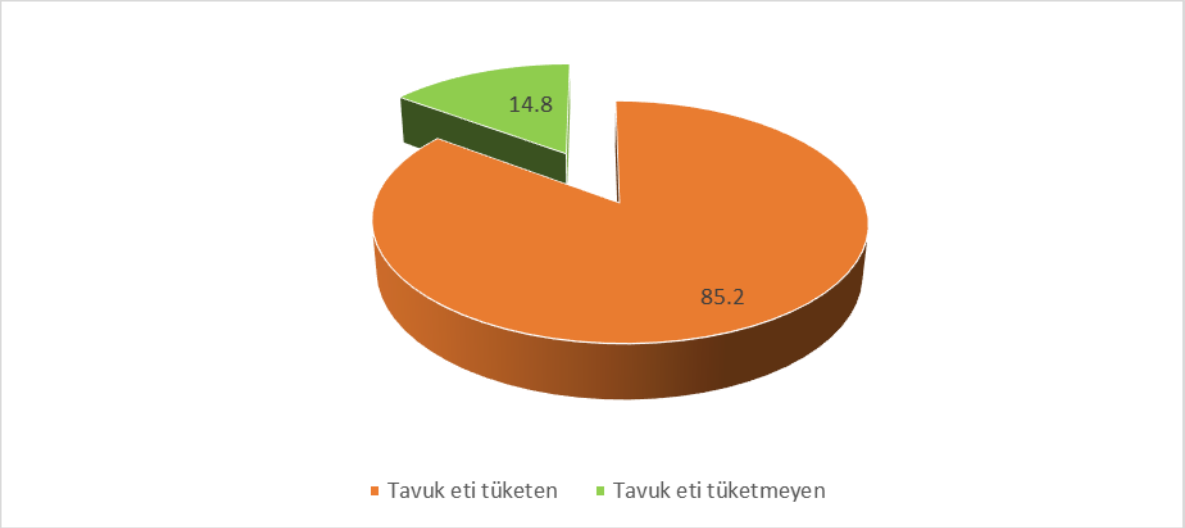
2.3. Bulgular

Tablo 1: Tüketicilerin Demografik Özellikleri

Cinsiyet	**n**	**%**	**Medeni Durum**	**n**	**%**
Kadın	211	46,9	Evli	231	51,3
Erkek	239	53,1	Bekar	195	43,4
Toplam	450	100	Boşanmış	24	5,3
Yaş	**n**	**%**	Toplam	450	100
18-25	75	16,7	**Eğitim Durumu**	**n**	**%**
26-30	71	15,8	İlköğretim	85	18,9
31-40	81	18	Lise	138	30,7
41-50	93	20,7	Üniversite	166	36,9
51-60	84	18,6	Lisansüstü	61	13,5
60 üstü	46	10,2	Toplam	450	100
Toplam	450	100	**Meslek**	**n**	**%**
Aile Geliri (Aylık TL)	**n**	**%**	Memur	112	24,9
1500 ve altı	72	16	İşçi	90	20
1501-2500	74	16,4	Serbest Meslek	125	27,8
2501-3500	108	24	Emekli	51	11,3
3501-4500	109	24,3	Öğrenci	58	12,9
4501 ve üstü	87	19,3	İşsiz	14	3,1
Toplam	450	100	Toplam	450	100

Ankete katılan tüketicilerin %46,9'u kadın, %53,1'inin erkek olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan kişilerin, %16,7'si 18-25, %15,8'i 26-30, %18,0'i 31-40, %20,7'sinin 41-50, %18,6'sının 51-60, %10,2'sinin 60 ve üzeri yaşta olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların %51,3'ü evli, %43,4'ü bekâr, %5,3'ü boşanmış olduğunu belirtmiştir. Eğitime göre ankete katılanların, %18,9'unun ilköğretim, %30,7'sinin lise, %36,9'unun lisans, %13,5'inin lisans üstü mezunu olduğu görülmektedir. İncelenen ailelerin aylık ortalama gelirlerine bakıldığında, %16,0'sının 1500 TL ve altı, %16,4'ünün 1501-2500TL, %24,0'ünün 2501-3500TL, %24,3'ünün 3501-4500TL, %19,3'ünün 4501TL ve üstü gelire sahip olduğu belirlenmiştir. Ankete katılan kişilerin meslekleri incelendiğinde, %24,9'unun memur, %20,0'sinin işçi, %27,8'inin serbest meslek, %11,3'ünün emekli, %12,9'unun öğrenci %3,1'inin işsiz olduğu tespit edilmiştir.

Grafik 1: Tavuk Eti Tüketimi (%)



Ankete katılan tüketicilerin %85,2'si tavuk eti tükettiğini belirtirken, %24,9'u tüketmediğini belirtmiştir. Araştırmanın bulgularına göre, kişi başına yıllık tavuk eti tüketim miktarı 22,02 kg'dır.

Tablo 2: Logit Başlangıç Model Değerleri

Değişkenlerin Kodları	**Ölçek**	**Değişkenlerin Tanımları**
TETK (Tavuk eti tüketim miktarı)	Kesikli	Evet=1, Hayır=0
CN (Cinsiyet)	Kesikli	1=Kadın, 0=Erkek
YŞ (Yaş)	Kesikli	1=18-25, 2=26-30, 3=31-40, 4=41-50, 5=51-60, 6=61 ve üstü
MD (Medeni Durumu)	Kesikli	Bekar=1, Boşanmış =2, Evli =3
EĞTM (Eğitim)	Kesikli	1= İlköğretim Mezunu, 2= Lise Mezunu, 3=Lisans Mezunu, 4= Yüksek Lisans, 5= Doktora
MSLK	Kesikli	
ABS (Ailedeki Birey Sayısı)	Sürekli	Toplam ailedeki ortalama birey sayısı
AOAG (Ailenin aylık ortalama geliri TL/ay))	Kesikli	1=1500 ve altı, 2=1501-2500, 3=2501-3500,4=3501-4500, 5=4501 ve üstü
FYTUCZ (Fiyat Ucuz)	Kesikli	1=Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum
BSL (Besleyici olduğu için)	Kesikli	1=Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum
SĞLK (Sağlıklı olduğu için)	Kesikli	1=Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum
HBD (Hormon bulunmadığını düşünüyorum)	Kesikli	1=Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

Araştırmada, Aydın merkez ilçede tavuk eti tüketimini etkileyen faktörleri belirleyebilmek için oluşturulan Logit modelde bağımlı değişken olarak beyaz et tüketim miktarı esas alınmıştır.

Bu doğrultuda, beyaz et tüketim miktarındaki artış olasılığını açıklamak için, (BETKM) = "0", (kişi yılda 22 kg ve altında tavuk tüketiyorsa) (az tüketim); (BETKM) = "1" (kişi yılda 22 kg'ın üstünde tavuk tüketiyorsa) (çok tüketim) değişkenleri olarak ifade edilmiştir.

Tablo 3: Binary Logistik Regresyon Analizi Sonuçları

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	Marj. Odds
CN	,116	,294	,154	1	,694	1,123	0,0156
Yş	,048	,093	,271	1	,602	1,049	0,0065
MD	,875	,253	11,961	1	,001**	2,398	0,1176
EGTM	,164	,151	1,181	1	,277	1,178	0,0220
MSK	,055	,111	,243	1	,622	1,056	0,0074
ABS	,352	,126	7,803	1	,005*	1,422	0,0473
AOAG	1,196	,141	71,592	1	,000**	3,308	0,1607
FYTUCZ	,711	,307	5,376	1	,020*	2,036	0,0955
BSL	,392	,143	7,488	1	,006**	1,480	0,0527
SĞLK	,426	,124	11,807	1	,001**	1,531	0,0572
HBD	,275	,100	7,559	1	,006*	1,317	0,0369
Constant	-10,922	1,740	39,392	1	,000**	,000	-1,46791

**0,001 anlamlılık düzeyi

*0,05 anlamlılık düzeyini göstermektedir

Logistik regresyon modeline dahil edilen değişkenlerin sonuçlarında, istatistiksel olarak anlamlı bulunan değişkenlerin yorumlanmasında odds oranları yerine, marjinal odds oranlarının yorumlanması, değişkenlerin yalın etkisini ortaya koymada rasyonel bir yol olarak kabul edilmektedir. Marjinal odds oranları olayın olma olasılığı üzerindeki etkiyi yorumlarken, odds oranları olasılık oranı üzerinden yorum yapma olanağı sağlamaktadır. Bu nedenle, marjinal odds oranlarına bakarak tavuk eti tüketimini etkileyen faktörlerin kısmi etkileri yorumlanmıştır. Tablo 3'de binary lojistik analiz sonuçları incelendiğinde, medeni durumla tavuk eti tüketimi arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Evli olan kişilerin boşanmış ve bekarlara göre 0,1176 birim daha fazla tavuk eti tükettiği belirlenmiştir. Ailedeki birey sayısı bir birim arttıkça tavuk eti tüketme olasılığı 0,0473 birim artmaktadır. Gelir durumu ile de tavuk eti tüketimi arasında doğrusal bir ilişki bulunmuştur. Gelir durumu bir birim arttıkça, tavuk eti tüketme olasılığı 0,1607 birim artmaktadır. Tavuk eti fiyatının ucuz olduğunu düşünenler, pahalı olduğunu düşünenlere göre 0,0955 birim daha fazla kırmızı et tüketme olasılığına sahiptir. Tavuk etinin besleyici olduğunu düşünenlerin düşünmeyenlere göre 0,0527 birim daha fazla tavuk eti tükettiği belirlenmiştir. Sağlıklı olduğunu düşünenler ise 0,0572 birim daha fazla tavuk eti tüketmektedirler. Tavuk etinde hormon bulunmadığını düşünenlerle tavuk eti tüketimi arasında da doğrusal bir ilişki bulunmuştur. Tavuk etinin hormonsuz olduğunu düşünler hormonlu olduğunu düşünenlere göre 0,0369 birim daha fazla tavuk eti tükettiği tespit edilmiştir.

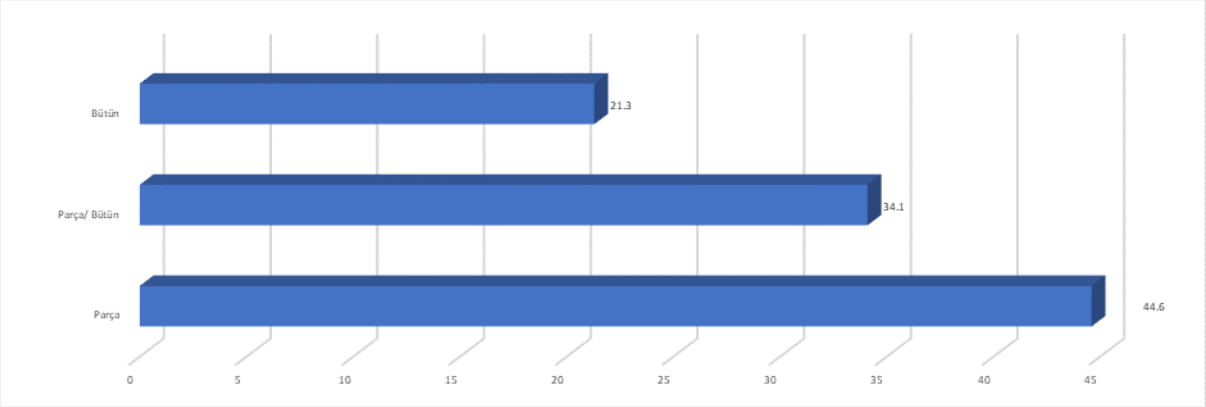
Yapılan logit model çözümlemesi sonucunda eğim katsayıları, bağımsız değişkendeki bir birimlik değişmeye karşılık logitteki (Pi/1-Pi) değişmeyi ölçmektedir. Ancak değişkenlerin belirli değerleri için olayın olasılık oranını değil bu olayın kendi olasılığını (P) tahmin etmek gerekmektedir (Özer, 2004). Bu nedenle, katsayı tahmincileri elde edilmiş ve daha sonra çözümlemesi yapılmıştır. Yapılan çözümleme sonucunda,

$$P = \frac{1}{1 + e^{-0,1918}}$$

P = 0, 839 ≈ %84

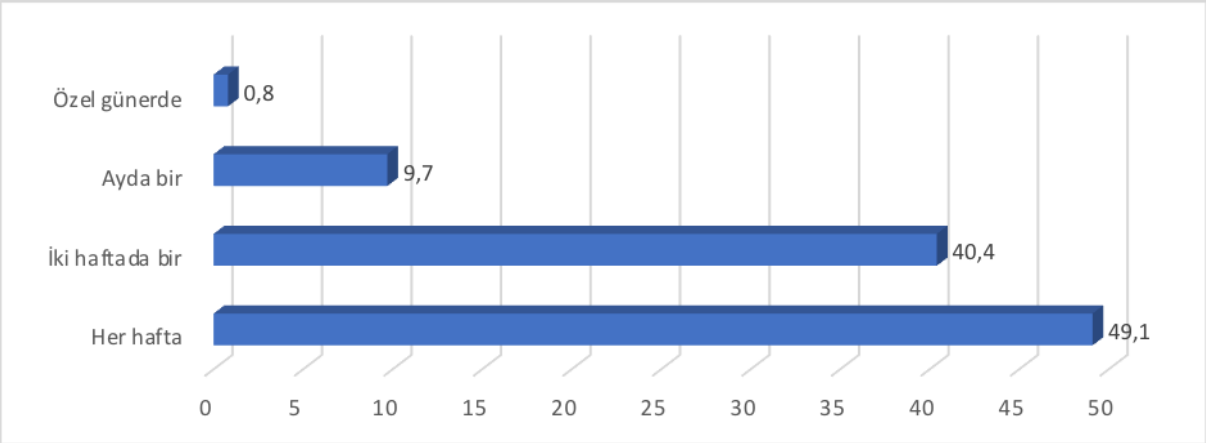
Elde edilen "P" değerine göre, Aydın ili merkez ilçede tüketicilerin kırmızı et tüketme olasılığı %84 olarak hesaplanmıştır.

Grafik 2: Tüketicilerin tavuk eti satın alma şekilleri



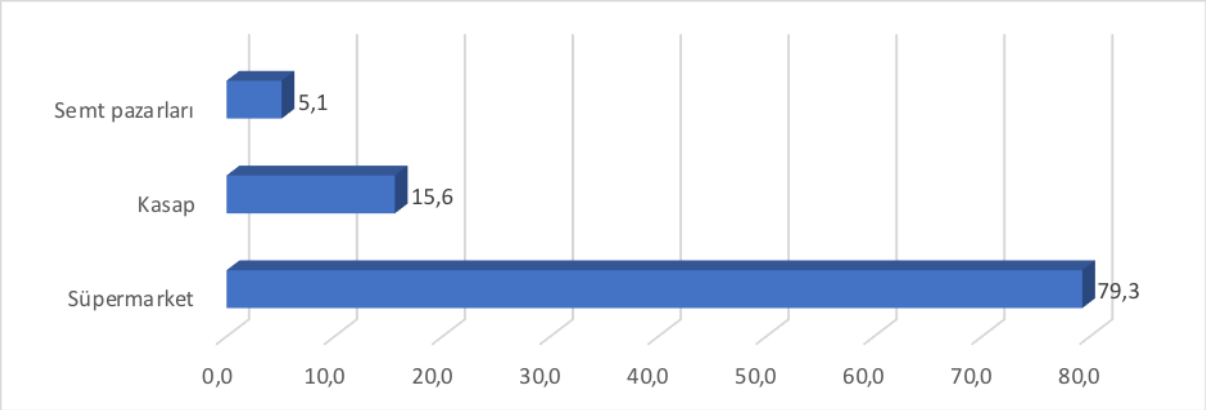
Tüketicilerin %44,6'sı parça tavuğu satın alırken, %21,3'ü ise bütün tavuğu tercih etmiştir. Hem parça hem bütün olarak tavuk etini satın alanların oranı ise %34,1 olarak bulunmuştur.

Grafik 3: Tavuk Eti Satın Alma Sıklığı



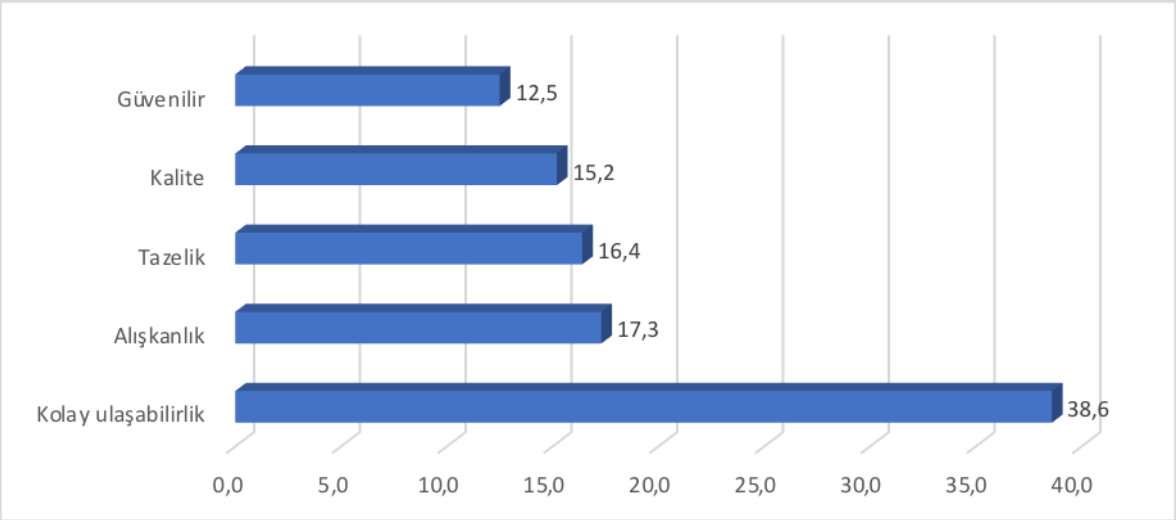
Tüketicilerin %49,1'i her hafta, %40,4'ü iki haftada bir, %9,7'si ayda bir, %0,8'i özel günlerde tavuk eti satın aldıklarını belirmişlerdir. Altuntaş ve Doğan (2017) yaptıkları çalışmada, tüketicilerin %59'unun her hafta, %25,3'ünün iki haftada bir, %13,9'unun ayda bir satın aldığını tespit etmişlerdir. Dokuzlu vd. (2013) yaptıkları çalışmada tüketicilerin Bütün ve parça tavuk alım sıklığını incelediklerinde en yüksek oranda haftada bir satın aldıklarını tespit etmiştir.

Grafik 4: Tüketicilerin Tavuk Eti Satın Aldıkları Yer (%)



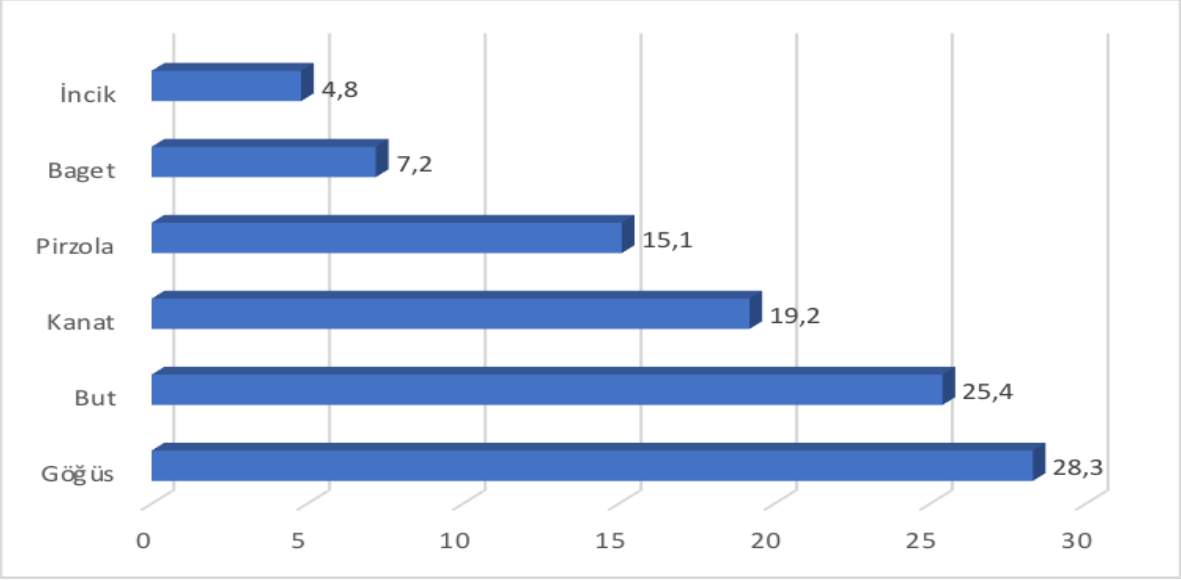
Tüketiciler tavuk etini en fazla süpermarketlerden (%79,3) almaktadır. Bunu sırasıyla kasap (%15,6), semt pazarları (%5,1) takip etmektedir.

Grafik 5: Tavuk Eti Satın Aldıkları Yeri Tercih Etme Nedenleri



Tavuk eti satın alma yeri tercihini en fazla etkileyen faktör satın alma yerine kolay ulaşılabilirliktir (%38,6). Diğer faktörler ise sırayla, alışkanlık (%17,3), tazelik (%16,4), kalite (%15,2), güvenilir (%12,5) olmasıdır. Altuntaş ve Doğan (2017) yaptıkları çalışmada, Kırşehir hane halkının tavuk eti tüketimi tercihinde en fazla önem verdiği faktörün tavuk etinin kolay bulunması olarak ifade etmişlerdir.

Grafik 6: Parça tavuk tüketiminde en fazla tercih edilen çeşitler



Parça tavuk tüketiminde en fazla tercih edilen göğüstür (%28,3). Bunu sırasıyla but (%25,4), kanat (%19,2), pirzola (%15,1), baget (%7,2), incik (%4,8) takip etmektedir.

Amerikan Pazarlama Derneği'nin tanımında marka; bir satıcının ya da bir grup satıcının ürün ve hizmetlerinin belirlenmesini ve rakiplerinin ürün ve hizmetlerinden ayrı tutulmasını sağlayan bir isim, terim, işaret, sembol veya bunların bir bileşimidir (Kotler, 2000).

Hanelerin %35,4'ünün bütün tavuk alırken marka seçimlerinde en fazla güvenilirliğe dikkat ettiği belirlenmiştir. Bunu sırasıyla; sağlıklı olması (%24,3), kalite (%15,3), besleyici (%7,4), lezzet (%9,8), tazelik (%4,9), fiyat (%2,9) takip etmektedir. Dokuzlu vd, (2013) yaptıkları çalışmada, hanelerin %31,17'sinin bütün tavuk eti alırken marka seçimlerinde en fazla güvenilirliğe dikkat ettiklerini bulmuştur.

Tablo 4: Bilinen Markalı Bütün Tavuk Tercih Nedenleri

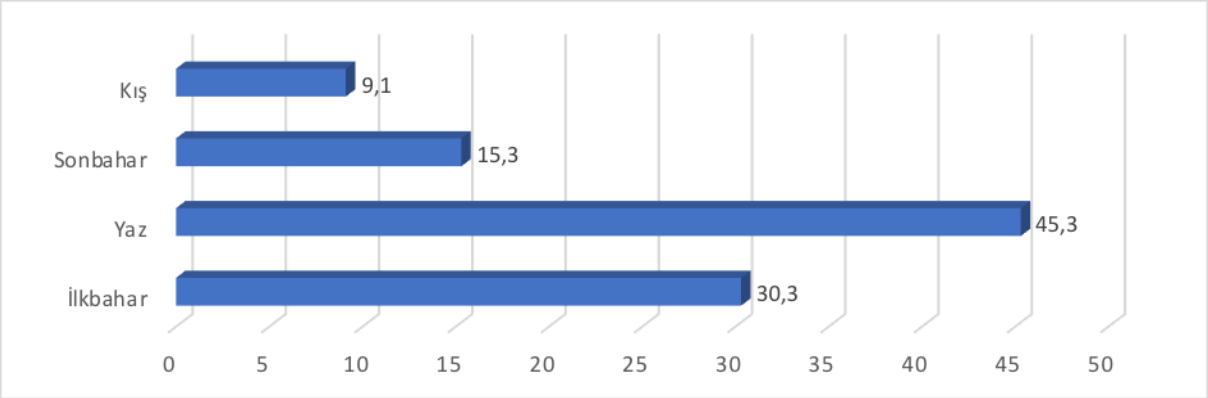
Bilinen Marka Tercih Nedeni	**%**
Güvenilir	35,4
Sağlıklı	24,3
Kaliteli	15,3
Besleyici	7,4
Lezzetli	9,8
Taze	4,9
Fiyat	2,9

Tablo 5: Bilinen Markalı Parça Tavuk Tercih Nedenleri

Bilinen Marka Tercih Nedeni	**%**
Güvenilir	28,4
Kaliteli	17,3
Sağlıklı	13,9
Besleyici	9,6
Hijyen	9,5
Lezzetli	7,8
Taze	6,6
Fiyat	5,2
Yerli marka olması	1,7

Hanelerin %28,4'ü parça tavuk alırken marka seçimlerinde en fazla güvenilirliğe dikkat ettiği görülmektedir. Kalite (%17,3), sağlık (%13,9), besleyici (%9,6), hijyen (%9,5), lezzet (%7,8), tazelik (%6,6), fiyat (%5,2) güvenden sonra gelen faktörlerdir. Yerli marka olması marka tercihinde en son sırada yer almaktadır ve oranı sadece %1,7'dir. Dokuzlu vd, (2013) yaptıkları çalışmada, hanelerin %30,05'inin parça tavuk eti alırken marka seçimlerinde en fazla güvenilirliğe dikkat ettiklerini bulmuştur.

Grafik 7: Tavuğun en fazla tüketildiği mevsim



Araştırmaya katılanların tavuk eti tüketim miktarının mevsimlere göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Tüketicilerin en fazla yaz en az ise kış mevsiminde tavuk eti tükettiği belirlenmiştir. Havaların ısınmasıyla beraber mangal yapan kişilerin sayısının artması yaz mevsiminde tüketimin artmasına neden olarak gösterilebilir. Altuntaş ve Doğan (2017) yaptıkları çalışmada, Kırşehir hane halkının tavuk eti tüketim miktarının mevsimlere göre farklılık gösterdiğini ve hane halkının en fazla yaz en az ise kış mevsiminde tavuk eti tükettiğini tespit etmişlerdir.

3. SONUÇ

Çalışmada, insan sağlığı için önemli bir yere sahip olan tavuk eti tüketim miktarı, satın alma şekilleri, satın alma sıklığı, satın aldıkları yer, satın aldıkları yeri tercih etme nedenleri, parça tavuk tüketiminde en fazla tercih edilen çeşitler, bilinen markalı bütün tavuk eti tercih nedenleri, bilinen markalı parça tavuk eti tercih nedenleri,

tavuğun en fazla tüketildiği mevsim ve tavuk eti tüketimini etkileyen faktörler araştırılmıştır. Bu amaçla, Aydın ili merkez ilçede hane halkından sadece birer kişiyle görüşülerek 450 haneden elde edilen anket verileri toplanmış ve SPSS 22 istatistiki paket programında çözümlenerek yorumlanmıştır.

Araştırmaya katılan tüketicilerin büyük bir çoğunluğu tavuk eti tükettiğini belirtmiştir. Kişi başına yıllık tavuk eti tüketim miktarı 22,02 kg olarak bulunmuştur. Tüketicilerin yarıya yakın bir kısmının parça tavuk eti satın aldığı tespit edilmiştir. Ayrıca büyük bir çoğunluğu her hafta tavuk eti satın aldıklarını ifade etmişlerdir. Yine büyük bir kısmı tavuk etini en fazla süpermarketlerden satın aldığını belirtmişlerdir. Tavuk eti satın alma yeri tercihini en fazla etkileyen en önemli faktörün tavuk etinin kolay ulaşılabilir olduğu, ikinci önemli faktörün alışkanlık, üçüncü tazelik, dördüncü kalite, son olarak ise güvenirlik olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya katılanların tavuk eti tüketim miktarının mevsimlere göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Tüketicilerin en fazla yaz ayında tavuk eti tükettiği tespit edilmiştir.

Parça tavuk eti tüketirken en fazla göğüs etini tercih ettikleri belirlenmiştir. Parça tavuk alırken marka seçimlerinde en fazla güvenilirliğe dikkat ettiği görülmektedir. Parça tavuk eti alırken yerli marka olmasının marka tercihinde en son sırada yer aldığı görülmektedir. Hanelerin bütün tavuk alırken de marka seçimlerinde en fazla güvenilirliğe dikkat ettiği belirlenmiştir.

Yapılan lojistik regresyon analizi sonuçlarına göre, tavuk eti tüketimini etkileyen faktörler belirlenmiştir. Bunlar; medeni durum, ailedeki birey sayısı, gelir durumu, tavuk eti fiyatının ucuz olduğu, tavuk etinin besleyici ve sağlıklı olduğu, tavuk etinde hormon bulunmadığını düşünme olarak tespit edilmiştir. Evli olan kişilerin bekarlara göre daha fazla tavuk eti tükettiği belirlenmiştir. Ailedeki birey sayısı arttıkça tavuk eti tüketiminin arttığı ortaya konmuştur. Buna göre, ailedeki birey sayısı arttıkça hanelerin, kırmızı ete alternatif olarak daha ucuz olan ve amino asitleri yeterli miktarda ve uygun oranlarda kapsayan proteinlerce zengin olan tavuk etini tercih ettikleri söylenebilir. Gelir durumu arttıkça kişiler daha fazla tavuk eti tüketmektedir. Tavuk eti fiyatının ucuz olduğunu düşünenlerin pahalı olduğunu düşünenlere göre, besleyici olduğunu düşünenlerin düşünmeyenlere göre daha fazla tavuk eti tükettiği belirlenmiştir. Ayrıca, tavuk etinin sağlıklı olduğunu ve hormon bulunmadığını düşünenlerinde düşünmeyenlere göre daha fazla tavuk eti tükettiği ortaya konmuştur. Aydın ili merkez ilçede tüketicilerin kırmızı et tüketme olasılığı %84 olarak hesaplanmıştır.

Çocukların büyümesinde ve zihinsel gelişimlerinde önemli bir rol oynayan, insan sağlığı için gerekli protein, vitamin ve mineraller içeren, yağ oranı az ve düşük kalorili olan, sindirimi kolay bir gıda olan tavuk eti tüketim miktarı, tüketici tercihleri belirlenerek isteklerine göre üretim yapılarak arttırılabilir. Ayrıca tavuk eti tüketiminin insan sağlığı açısından önemi gıda tarım ve hayvancılık il müdürlüklerinde görev yapan yayımcılar tarafından broşür, liflet şeklinde kişilere dağıtılarak eğitim verilmesi veya TV reklamlarıyla tavuk etinin insan sağlığı açısından öneminin vurgulanmasıyla tüketicilere aktarılabilir. Böylelikle kişi başına düşen tavuk eti tüketimi arttırılabilir. Bu konuda faaliyet gösteren işletmelerde tüketici tercihlerini göz önünde bulundurarak politikalarını bu yönde uygulayarak tüketici talebini arttırabilirler.

KAYNAKÇA

Altuntaş, B., & Doğan, H.G., (2017). Kırşehir İli Kentsel Alanda Hane Halkının Kanatlı Et Tüketim Alışkanlıklarının ve Satın Alma Kararını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 34 (2), 20-28.

Arıkan, R. (2007). Araştırma Teknikleri ve Rapor Hazırlama. 6.baskı, ISBN:975-8784-35-8, Ankara.

Cevger, Y., Yalçın, C., & Aral, Y. (2005). Türkiye'de hayvansal üretimde gıda güvencesi ve hayvancılık politikaları. 272-284. Gıda Güvenliği ve Güvenirliği Sempozyumu, 20-22 Ekim 2005, Ankara.

Demby J.H., & Cunningham F.E., (1986). Factors affecting composition of chicken meat. A literature review. World's Poultry Sciences of Journal, 36: 25-67.

Demirözü, B., (2013). Çiftlikten Sofraya Güvenilir Piliç Eti Üretimi. 2. Uluslararası Beyaz Et Kongresi, 24-28 Nisan 2013, 405-410. Antalya, Türkiye.

Dokuzlu,S., Barış, O., Hecer, C., & Güldaş , M., (2013). Türkiye'de Tavuk Eti Tüketim Alışkanlıkları ve Marka Tercihleri. Ziraat Fakültesi Dergisi, 27(2), 83-92.

Hanta, B., (1984). Adana İli Kentsel Alanda Hayvansal Gıda Tüketim Yapısı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniveristesi FBE, Adana.

İskender H., Kanbay Y., & Özçelik E. (2015). Artvin Çoruh Üniversitesi Öğrencilerinin Tavuk Eti Tüketim Tercihleri. FÜ Sağ. Bil. Vet. Dergisi, 29(1), 9-13.

Kotler, P. (2000). Marketing Management. Printice Hall, USA.

Kramer, J. S. (1991). The LOGIT model for economists. Edward Arnold, London.

Onurlubaş, E., & Gürler, A.Z. (2015a). Tüketicilerin Gıda Güvenliği Konusunda Bilinç Düzeylerinin Ölçülmesi: Tokat İli Örneği. Gıda Tarım Hayvancılık Bakanlığı, Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü. ISBN: 978-605-9175-02-9, Yayın No: 242, Ankara.

Onurlubaş, E., Yılmaz, N., Doğan, H.G., & Kızılaslan, H. (2015b.) A research on red meat consumption and preferences: A case study in tekirdağ province. Turkish Journal of Agriculture - Food Science and Technology, 3(6), 466-471.

Özer, H., (2004). Nitel Değişkenli Ekonometrik Modeller Teori ve Bir Uygulama, Nobel Yayınları, No: 667, Ankara.

Taşkın, A., (2003). Gaziantep İli Nizip İlçesinde Tüketicilerin Tavuk Eti ve Yumurta Tüketim Düzeyleri ile Tüketim Alışkanlıklarının İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Harran Üniversitesi FBE. Gaziantep.

Topçu, Y., Uzundumlu, A.S., & Baran, D., (2015). Tüketicilerin Tavuk Eti Tüketimi ile İlgili Tutum ve Davranışlarını Etkileyen Faktörlerin Analizi. Türk Tarım – Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi, 3(5), 242-247.

TÜİK (2018). Erişim Adresi http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059

Kamu Harcamalarının Finansmanda Vergi Gelirleri

Araştırma Görevlisi Eren ERGEN[1]

[1]Pamukkale Üniversitesi, İİBF, mail: eergen@pau.edu.tr

Özet: Geçtiğimiz 200 yıllık dönemde devletin rolüne ilişkin görüşler önemli derecede değişmiştir. 1870'li yıllardan günümüze kadar geçen sürede özellikle endüstrileşmiş ülkelerde kamu harcamaları büyük ölçüde artmıştır. Kamu harcamalarının artmasında 20. yy başlarında ortaya çıkan ekonomik bunalım ise dönüm noktası niteliğindedir. Bu dönemde artış trendine giren kamu harcamaları 1960-1980 arası dönemde ise benzeri görülmeyen bir hızla artmıştır. Bu dönemden sonra artış hızı azalsa da eski oranlarına dönmediği görülmektedir. Bu çalışmanın amacı artan kamu harcamalarının finansmanı açısından vergi gelirlerinin incelenmesidir. Kamu hizmetlerinin karşılığı olarak kabul edilen vergi gelirleri devletin temel finansman kaynağıdır. Finansman aracı olarak verginin dışında borçlanma ve monetizasyon araçları da kullanılmaktadır. Ancak temel finansman kaynağının vergiler oluşturduğundan dolayı bu çalışmada Türkiye'de kamu harcamalarının finansmanında vergi gelirleri ele alınmaktadır. Kamu harcamaları ve finansman aracı olarak vergi gelirlerinin incelendiği çalışmanın sonucunda ise incelenen dönemde Türkiye ekonomisi için kamu harcamalarının hızlı artışının vergi gelirleri tarafından izlendiği yani kamu harcamalarının vergiler ile finanse edildiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kamu harcamaları, vergi gelirleri, Kamunun büyüklüğü.

Financing Tax Revenues Of Public Expenditures

Abstract: The views on the role of the state in the past 200 years have changed considerably. During the period from 1870 to the present day, public expenditures have increased greatly, especially in industrialized countries. The great depression that emerged in the early 20th century is a touchstone. From 1960 to 1980, the size of the state increased at an unprecedented rate. After this period, although the rate of increase decreases, it does not seem to return to the old rates.. The purpose of this study is to examine tax revenues in terms of financing the increased public expenditures. Tax revenues, which are considered as provision of public services, are the main funding source for the state. Borrowing and monetization are also used as a means of financing. However, the main financing source in this study because the form of taxes to finance public spending, tax revenues are discussed in Turkey. As a result of studies where the public spending and tax revenues in the analyzed period is concluded that public spending is financed with taxes for Turkey's economy.

Keywords: Public expenditures, tax revenues, the size of the public.

GİRİŞ

Kamunun piyasada yer aldığı büyüklüğü eski zamanlardan beri tartışılmaktadır. Kamunun büyüklüğünün ölçülmesinde kullanılan bir yöntem ise kamu harcamalarının GSYİH içindeki payıdır. Kamunun büyüklüğü konusunda klasik iktisadi görüşün hakim olduğu yıllarda olumsuz düşüncelerin hakim olduğu görülürken Keynes tarafından geliştirilen ve keynesyen iktisat olarak adlandırılan görüşün taraftarları ise devletin piyasaya hakim olması gerektiğini savunmaktadır.

Dar anlamda kamu harcaması denildiği zaman yasama, yürütme ve yargı harcamaları anlaşılmaktadır. Kamu harcamalarını geniş anlamda ele aldığımızda merkezi organlara ek olarak diğer idare ve kuruluşları kapsayan bir yapı karşımıza çıkmaktadır (Ergen ve Yavuz, 2017 :85). Kamu harcamalarının büyüklüğü dönemden döneme ve ülkeden ülkeye değişmektedir. Özellikle gelişmiş ülkelerde kamu harcamalarının daha yüksek oranlarda gerçekleştiği görülmektedir.

Türkiye'de kamu harcamalarının GSYİH içindeki payı gelişmiş ülkelere kıyasla düşük kalmaktadır. 1923 ve 1974 yıllarını kapsayan dönemde Türkiye'de kamu harcamalarının GSYİH içindeki payı %18 civarında iken bu tarihten günümüze kadar olan dönemde bu oran artış göstermiş ve %25'leri aşmıştır (Yavuz ve Ergen, 2017: 50-51). Cumhuriyetin ilan edildiği dönemlerde daha çok yurt içi üretimin ön planda olduğu Türkiye ekonomisinde dışa açılımın başladığı dönemden itibaren kamu harcamalarında yaşanılan artış dikkat çekmektedir. Ancak GSYİH içinde kamu harcamalarının payı gün geçtikçe artan Türkiye'nin bu alanda gelişmiş ülkelerden düşük olduğu görülmektedir.

Kamu Harcamalarının Artış Teorisi

Kamu harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki ilk olarak Wagner tarafından çalışılmıştır. Wagner kamu harcamalarının altında yatan en büyük nedenin sanayileşme olduğunu ifade etmektedir. Sanayileşme sürecine bağlı olarak birçok faktörün kamu harcamalarını arttırdığını savunan Wagner'e göre kamu harcamalarının artışı milli gelirin artışın üzerinde gerçekleşmektedir (Gül ve Yavuz, 2011: 74). Kamu harcamalarının artışı üzerine diğer bir çalışma Peacock ve Wiseman tarafından yapılmıştır. Peacock ve Wiseman tarafından yapılan çalışma sıçrama hipotezi olarak adlandırılmaktadır. Sıçrama hipotezi kamu harcamalarının savaş ve doğal afet gibi olağanüstü dönemlerde bir sıçrama yaparak arttığını ifade etmektedir. Olağan döneme geri dönüldüğünde ise kamu harcamalarının azaldığını ancak eski düzeyine geri dönmediğini ifade eden sıçrama hipotezine göre kamu harcamaları bu nedenle artmaktadır.

Vergi Teorisi

Vergilendirme yetkisi devletin ülkesi üzerindeki egemenliğine dayanarak vergi alma konusunda sahip olduğu hukuki ve fiili gücüdür. Bu yetki devletin varlık koşuludur. Devlet kavramının ilk belirtisi mali talepte bulunmasıdır. Devletin egemenliğini sürdürebilmesi için düzenli mali kaynaklara ihtiyacı vardır. Bu açıdan vergilendirme yetkisinin kullanılması siyasal bir zorunluluktur; çünkü devletin kendisinden beklenen kamu hizmetlerini yerine getirebilmesi için bu hizmetlere karşılık olan kaynakları vergilendirme yetkisini kullanarak sağlaması gerekmektedir (Çağan, 1982: 3-4).

Geçmişten günümüze çeşitli görevleri üstlenen devletin ekonomik ve sosyal yönden fonksiyonlarının artmasının sonucunda gelir yaratma ihtiyacı da artmaktadır. Devletin gelir yaratmak için başlıca kaynağını vergiler oluşturmaktadır. Vergi özel kesimin ekonomik gücünde azalmaya sebep olmaktadır. Ekonomik maliyetinin yanında vergiler mükellefler üzerinde psikolojik bir etkide oluşturmaktadır (Öztürk ve Ozansoy, 2011: 197). Bu duruma ek olarak vergi oranlarının artması, denetimlerin yetersizliği, vergi kanunlarındaki belirsizlikler gibi konular nedeniyle özel kesimin vergiye karşı çeşitli tepkiler göstermesi söz konusu olmaktadır (Taşkın, 2010: 123). Tüm bu olumsuzluklara karşın devletin kamu hizmetlerini sunabilmesi için vergi gelirlerine ihtiyacı bulunmaktadır. Bu kapsamda devlet bu ihtiyacını karşılamak için vergileme yetkisine sahiptir. Vergileme yetkisinin kullanlmasında en büyük iki kaynak ise gelir ve kurumlar vergisi olarak bilinmektedir.

Gelir vergisi, ileri kapitalizm devrinin bir eseri aynı zamanda da karakteristik bir ifadesidir. Modern gelir vergisinin tarihi, Fransa'ya karşı girişilmiş bulunan 1799-1802 savaşının finansmanı için 1799 yılında İngiliz Gelir Vergisini kabul eden William Pitt ile başlar (Edizdoğan, vd., 2013: 276).

Çeşitli kaynaklardan sağlanan gelirlerin vergilendirme rejimlerinin farklılık arz etmesi bunların sayılmasını ve sınıflandırılmasını gerekli kılmaktadır. Gelir vergisine konu olan kazanç ve iratlar, yedi başlık halinde GVK'nın 2. Maddesinde sayılmaktadır:

-Ticari Kazançlar

-Zirai Kazançlar

-Ücretler

-Serbest Meslek Kazançları

-Gayrimenkul Sermaye İratları

-Menkul Sermaye İratları

-Diğer Kazanç ve İratlar

Buradan hareketle teşebbüslerin ticari kazançları, emek gelirlerinin ücret ve serbest meslek kazançlarını oluşturduğu görülmektedir (Bilici, 2013: 30-31).

GVK 61 maddesinde ücret "*işverene tabi ve belli bir işyerine bağlı olarak çalışanlara hizmet karşılığı verilen para ve ayınlar ile sağlanan ve para ile temsil edilebilen menfaatlerdir*" denilmektedir. Buna göre ücretin unsurları, işveren tabi olmak, belir bir işyerine bağlı olmak, ödemenin hizmet karşılığı yapılmış olması, ödemenin para, ayın veya parayla temsil edilebilen menfaatler şeklinde olmasıdır. Ücretlerin vergilendirilmesi diğer gelir unsurlarından farklı olarak vergi stopajı veya tevkifatı yoluyla gerçekleşmektedir (Işık, vd., 2005: 113-114).

Ücret gelirleri, gerçek ücret[1] ve diğer ücret[2] olarak iki şekilde vergilendirilmektedir. İlke olarak ücret gelirlerinin gerçek usulde vergilendirilmesi kabul edilmekle birlikte, vergi gelirin gerçek ve safi tutarı üzerinden alınmaktadır (Öz ve Akçay, 2013: 5).

Bir ülkenin vergi gelirleri içinde gelir vergisi kadar önemli yere sahip olan diğer bir vergi ise kurumlar vergisidir.

Türkiye'de kurumlar vergisi 13.6.2006 tarihli ve 5520 kanun numarasıyla yürürlüğe girmiştir. Sermaye şirketleri, kooperatifler, iktisadi kamu kuruluşları, dernek veya vakıflara ait iktisadi işletmeler, iş ortaklıkları kanuna göre kurumlar vergisine tabidirler.[3] Kurumlar vergisinden muaf olan kurumlar, Kanun'un 4. Maddesinde 16 bent halinde sayılmaktadır. Amaçlarına göre gruplandırılan bu muafiyetlerden sağlık, sosyal güvenlik, spor amaçlı olan kısmında; kamu idare ve müesseseleri tarafından; genel insan ve hayvan sağlığını korumak ve tedavi maksadıyla işletilen müesseseler kurumlar vergisinden muaftır (Bilici, 2013: 110).

Gelir ve kurumlar vergisi dışında harcama ve servet vergileri de bulunmaktadır. Harcama vergileri içinde en önemlisi ise katma değer vergisi (KDV) olarak yer almaktadır. Gider, satış, muamele, ciro ve tüketim vergileri olarak da anılan harcama vergileri, kazanılan gelirin harcamaya yönelen kısmını vergilendirmeyi amaçlamaktadır. Anılan vergiler çoğunlukla üreticiler tarafından ödenmektedir. Ancak ödenen vergi daha sonra kanuni yansıma mekanizması ile birlikte malın fiyatına eklenerek tüketiciye aktarılmaktadır (Erdem v.d., 2013: 204-205).

Vergi Gelirlerinin Kamu Harcamalarının Finansmanındaki Yeri

Küreselleşen dünyada değişen ihtiyaçlar kamu hizmetlerine de olan talebi arttırmaktadır. Kamu hizmetlerine artan talebin karşılanmasında kamu harcamaları arttırılmaktadır. Kamu harcamalarının finansmanında ise temel kaynak vergi gelirleridir. Kamu harcamalarının finansmanında vergi gelirleri yetersiz kaldığında ise borçlanma yoluna gidilmektedir. Fakat çalışmanın konusunu vergi gelirleri oluşturduğundan burada sadece vergi gelirlerine yer verilmektedir. Tablo 1 incelendiğinde vergi gelirlerinin GSYİH içindeki payı görülmektedir.

Tablo 1: Vergi Gelirlerinin GSYİH İçindeki Payı, 2006-2016

	Vergi Gelirleri
2006	19.61603135
2007	19.88986884
2008	19.03052433
2009	19.4216043
2010	20.22584762
2011	20.29861417
2012	20.01201933
2013	20.08660992
2014	19.42782269
2015	19.65379769
2016	19.89294425

Kaynak: T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, http://www.sbb.gov.tr/Pages/EkonomikSosyalGostergeler.aspx

Tablo 1 vergi gelirlerinin payını göstermektedir. 2006-2016 dönemini kapsayan verilere göre vergi gelirlerinin yıllar itibariyle yatay bir seyir izlediği görülmektedir. Vergi gelirlerinin milli hasılanın yaklaşık beşte biri kadar olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Kamu Harcamalarının GSYİH İçindeki Payı, 2006-2016

	Toplam Harcamalar
2006	23.48736779
2007	24.20219467
2008	23.88452187
2009	28.15776278

1 GVK madde 63

2 GVK madde 64

3 Kurumlar Vergisi madde 1

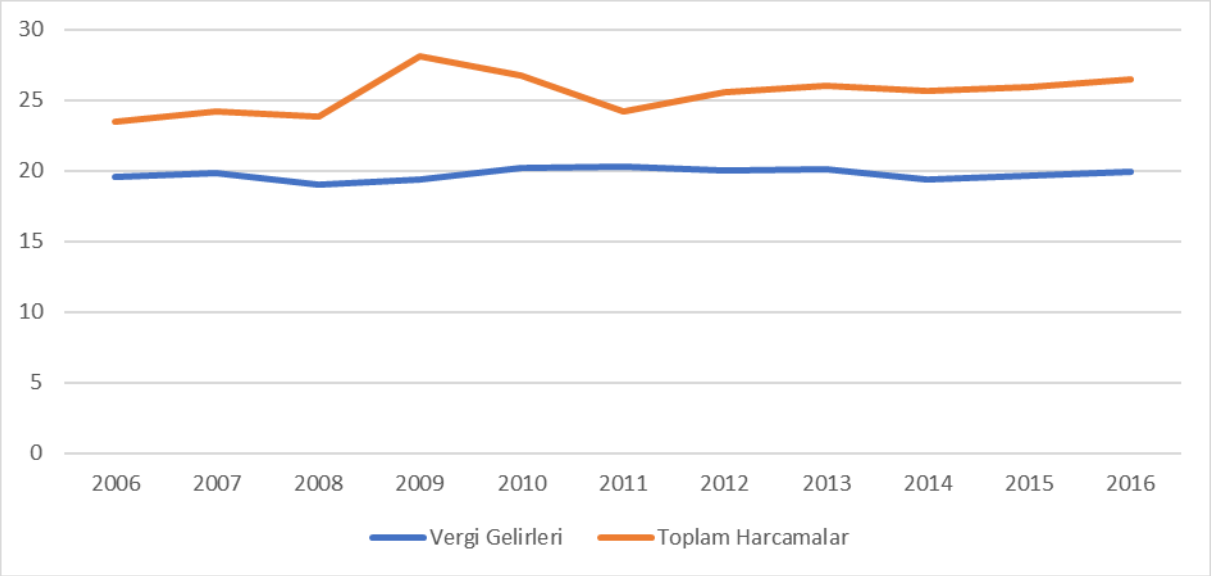
2010	26.78912438
2011	24.24316787
2012	25.54256576
2013	26.04653628
2014	25.66986606
2015	25.90102618
2016	26.47291835

Kaynak: T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, http://www.sbb.gov.tr/Pages/TemelEkonomikGostergeler.aspx

Tablo 2 kamu harcamalarının GSYİH içindeki payını göstermektedir. Tablo 2 incelendiğinde kamu harcamalarının incelenen dönem boyunca arttığı görülmektedir. Dönemin başlangıcında yaklaşık olarak %23 olan kamu harcamaları incelenen dönemin sonunda yaklaşık olarak %26 değerine ulaşmıştır.

Grafik 1 kamu harcamaları ve vergi gelirlerinin ilgili dönemde gelişimini göstermektedir.

Grafik 1: Toplam Kamu Harcamaları ve Vergi Gelirleri, 2006-2016



Kaynak: T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı'ndan alınan verilerle tarafımızca oluşturulmuştur.

Grafik 1 incelendiğinde mavi çizgi ile gösterilen vergi gelirlerinin yaklaşık %20 olduğu ve yatay bir seyir izlediği görülmektedir. Kamu harcamaları Grafik 1'de turuncu çizgi ile gösterilmekte ve artan bir trende sahip olduğu anlaşılmaktadır. Grafik 1 incelendiğinde ele alınan dönem boyunca kamu harcamalarının vergi gelirlerinden fazla olduğu görülmektedir. Özellikle 2008 yılı dikkat çekmektedir. İlgili yılda kamu harcamalarında yaşanılan ani artış yaklaşık üç dönem boyunca kamu harcamaları ve vergi gelirleri arasındaki farkı daha fazla açmıştır.

Sonuç olarak Türkiye'de vergi gelirlerinin kamu harcamalarını karşılamakta yetersiz kaldığı anlaşılmaktadır. Bu durumda Türkiye'nin kamu harcamalarının finansmanında vergi dışı gelirlere yöneldiği düşünülmektedir. Özellikle küresel krizin yaşandığı yıl olan 2008 yılında vergi gelirleri ile kamu harcamaları arasındaki fark dikkat çekmektedir. Buna göre Türkiye'nin krizlere karşı kırılgan bir yapıya sahip olduğu görülmektedir.

Vergi gelirlerinin kamu harcamalarının finansmanında yetersiz kalmasında kayıt dışı ekonominin etkili olduğu düşünülmektedir. Kayıt dışı ekonominin kayıt altına alınarak vergi gelirlerinin arttırılması için ise arz yanlı iktisadın önerdiği vergi indirimleri faydalı olabilecektir. Ayrıca ekonomik birimlerin vergi bilincinin yükseltilmesi amacıyla eğitimler verilmesi, çeşitli reklamlar yapılması ve farkındalık yaratılması gerekmektedir.

Kaynakça

Bilici, N. (2013). Türk Vergi Sistemi, 31. Baskı, Seçkin Kitabevi, Ankara, 2013.

Çağan N. (1982). "Vergilendirme Yetkisi", Kazancı Hukuk Yayınları, İstanbul.

Edizdoğan, N., Çetinkaya, Ö. ve Gümüş, E. (2013). Kamu Maliyesi, 5. Baskı, Ekin Basım Yayın, Bursa, 2013.

Erdem M., Şenyüz D. ve Tatlıoğlu İ. (2013). Kamu Maliyesi, Ekin Basım Yayın Dağıtım,11. Baskı, Bursa.

Ergen, E. ve Yavuz, E. (2017). Büyüme ile Harcama Arasındaki İlişkinin ARDL Eş-Bütünleşme ve Granger Nedensellik Testleri ile Analizi: Türkiye Üzerine Kanıtlar, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, ICMEB17 Özel Sayısı, 84-92.

Gül, E. ve Yavuz, H. (2011). Türkiye'de Kamu Harcamaları ile Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisi: 1963-2008 Dönemi, Maliye Dergisi, 160, 72-85

Işık, A. K., Karayılmazlar, E., Organ, İ. Ve Işık, H. (2005). Vergi Hukuku ve Türk Vergi Sistemi, Ekin Kitabevi, Ankara, 2005.

Öz, E. ve Akçay, F. (2013). Futbolcular Özelinde Sporcuların Vergilendirilmesi, Vergi Sorunları Dergisi, S. 300, ss. 35-54.

Öztürk İ. ve Ozansoy A. (2011). "Ücret Gelirleri Üzerindeki Vergi Yükünün Analizi", Maliye Dergisi, 161, 197-214.

Taşkın Y. (2010). "Vergi Aflarının Hukuki Niteliği ve Gerekçeleri", Sosyal Bilimler Dergisi, 2010(2), 122-128.

Yavuz, E. ve Ergen E. (2017). Impact of Public Expenditures and Economic Classification on Growth: Turkey Analysis, Maliye Araştırmaları Dergisi, 3(1), 49-61.

http://www.sbb.gov.tr/Pages/EkonomikSosyalGostergeler.aspx, Erişim: 04.09.2018

http://www.sbb.gov.tr/Pages/TemelEkonomikGostergeler.aspx, Erişim: 03.09.2018

Üçüz Açık ve Türkiye Değerlendirmesi

Araştırma Görevlisi Eren ERGEN[1]

[1] Pamukkale Üniversitesi / İİBF, Maliye Bölümü, e-mail: eergen@pau.edu.tr

Özet: 2000'li yıllara kadar bütçe açığı vererek ekonomik büyümesini sağlayan Türkiye bu tarihten sonra ekonomik büyüme uğruna cari açık oranlarının büyümesine katlanmaktadır. Bu nedenle dış ticaret açıkları Türk ekonomisi üzerinde önemli bir sorun teşkil etmektedir. Cari açıkların sebebi olarak farklı değişkenler gösterilmesine rağmen büyük bir kesim cari açıklarının sebebi olarak bütçe açıklarını göstermektedir. Türkiye yıllar boyunca hem bütçe açıkları hem cari açık veren bir ülke olarak bu görüşleri desteklemektedir. Bu iki açığın bir arada olduğu durum ikiz açık olarak adlandırılmaktadır. İkiz açığın bu denli önemli olması cari açıkların ülkeleri krize sürüklemesindendir. Son yıllarda Türkiye'de özel sektörün borcunun artması ile özel sektörün yatırım tasarruf açığı önemli bir alan haline gelmiştir. İkiz açık hipotezi özel sektörüm yatırım tasarruf açığı ile birlikte analiz edildiğinde karşımıza yeni bir kavram çıkmakta ve üçüz açık olarak adlandırılmaktadır. Bu çalışmanın amacı Türkiye'de üçüz açık hipotezinin araştırılmasıdır. Çalışmada Türkiye için bütçe açıkları, cari açık ve yatırım tasarruf açıkları ele alınacak ve yorumlanacaktır.

Anahtar Kelimeler: Bütçe açıkları, cari açık, yatırım-tasarruf açığı, üçüz açık.

Triple Deficit and Assessment Of Turkey

Abstract: The budget deficit by the 2000 economic growth in Turkey is allowing the growth of the current account deficit to endure for the sake of economic growth after that date. For this reason, foreign trade deficits constitute a serious problem on the Turkish economy. Although different variables are shown as the reason of the current account deficits, a large number of them show budget deficits due to current account deficits. Turkey throughout the year and budget deficits and current account deficit as a country that supports these views. The situation in which these two openings coexist is called twin open. The fact that twin openings are so important is that current account deficits drag countries around. In recent years, Turkey's debt with the increase of private sector investment savings gap in the private sector has become an important area. When the twin open hypothesis is analyzed together with the private sector investment saving deficit, a new concept of confrontation emerges and the triplets are called open. The aim of this study was to investigate the hypothesis triplets open in Turkey. Working for Turkey in the budget deficit, current account deficit and investment savings gap will be discussed and interpreted.

Keywords: Budget deficit, current account deficit, investment-saving deficit, triple deficit.

Giriş

Tüketim alışkanlıklarının değişmesi ve küreselleşme ile birlikte günümüzde ekonominin değişkenliği ve hızı daha fazla artmaktadır. Buna bağlı olarak ülkelerin üretimde uzmanlaşmalarının sonucunda dış ticarette yaşanan gelişmeler ortaya çıkmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde ise dış ticaret ihtiyacının finansmanı sorun olmaktadır. Çünkü kalkınmakta olan ülkelerin yaptıkları kamu harcamaları ülke ekonomisinden karşılanamamakta ve dışarıdan yapılan finansman da dış ticaret açıklarına yol açmaktadır (Özpençe ve Ergen, 2017: 135).

Yeterli kaynaklara sahip olmayan gelişmekte olan ülkeler gerekli kalkınmanın sağlanması için gerekli olan yatırımları kendi tasarruflarından sağlayamamakta ve dış kaynaklara yönelmektedir. Bu ülkelerde yapısal sorunlardan dolayı ortaya çıkan dış ticaret açıklarının finansmanı sorunu da önemli bir yer teşkil etmektedir. Bu çalışmanın amacı Türkiye'nin de içinde bulunduğu gelişmekte olan ülkelerin başlıca sorunları arasında yer alan üçüz açıklar sorunun incelenmesidir. Bu kapsamda çalışmada öncelikle üçüz açık kavramı açıklanacak ve matematiksel ispatı yapılacaktır. Ardından Türkiye için üçüz açık sorunu ele alınacak ve ulaşılan bulgular değerlendirilecektir.

Üçüz Açık Kavramı

Bütçe açıklarının yüksek oranlarda gerçekleşmesine ek olarak pek çok ülkede 1980'li yıllarda yaşanılan dış ticaret açıklarının da ortaya çıkması ile birlikte yaşanılan durum ikiz açık hipotezi olarak anılmaya başlanmıştır (Tunçsiper ve Sürekçi, 2011: 104). Kamunun borçlanması ile artan bütçe açıklarına ulusal tasarrufların yetersizliği de eklendiğinde cari açıkta bir artış yaşanacak ve bu durum ise üçüz açık sorunsalını ortaya çıkaracaktır (Yaraşır Tülümce, 2013: 101).

Devletin olmadığı dışa kapalı bir ekonomide üretilen tüm hasıla tüketim ve yatırım için kullanılmaktadır. Y milli geliri, C tüketimi, I ise yatırımı ifade etmek üzere üretilen ve tüketilen gelir (1) nolu denklemde gösterilmektedir.

$$Y = C + I \quad (1)$$

Firmaların ürettiği halde satamadığı ürünler yatırım olarak kabul edilmektedir. Böylece gelecek dönemlerin tüketimini karşılamak üzere yapılan faaliyetler karşımıza çıkmaktadır. Yani yaratılan milli gelir ya tüketilecek ya da yatırım için kullanılacaktır. Devletin olmadığı kapalı bir ekonomide yaratılan gelir GSYİH'ya eşit olmaktadır. Vergilerin olmadığı bir ekonomide gelirin bir kısmı tüketime ayrılırken tüketilmeyen kısım ise tasarruf edilmektedir.

$$Y = C + S \quad (2)$$

(2) nolu denklemde S ile özel kesimin tasarrufları gösterilmektedir. (3) nolu denklemde iki denklem birbirine eşitlenerek yeni bir denklem tahmin edilmektedir.

$$C + I = Y = C + S$$
$$I = Y - C = S \quad (3)$$

Yatırımların tasarruflara eşit olduğu (3) nolu denklemde görülmektedir. Bu noktada modelimize devleti dahil ederek açık bir ekonomiyi varsaydığımızda karşımıza yeni bir denklem gelmektedir. G kamu kesiminin mal ve hizmet alımlarını, NX ise ihracat ve ithalat farkını göstermek üzere (4) nolu denklem ile toplam talebin bütün unsurları göz önünde tutularak yaratılan hasıla gösterilmektedir.

$$Y = C + I + G + NX$$
$$NX = X - M \quad (4)$$

Milli gelirden vergileri çıkarıp transfer harcamalarını eklediğimizde harcanabilir gelire ulaşılmaktadır. TR ile transfer harcamaları, TA ile vergiler ve YD ile harcanabilir gelir ifade edilmektedir. Harcanabilir gelir (5) nolu denklem ile tahmin edilmektedir.

$$YD = Y + TR - TA \quad (5)$$

Harcanabilir gelirin tüketilmeyen kısmı tasarrufa ayrılmaktadır. Bu durumda (6) nolu eşitlik şu şekilde tahmin edilmektedir.

$$C + S = YD = Y + TR - TA \quad (6)$$

(7) nolu denklemde Tüketim için tahmin edilen denklem, gelir ile harcamaları eşitleyen denklemde yerine konularak hesaplanmaktadır.

$$Y = C + I + G + NX$$
$$Y = (Y + TR - TA - S) + I + G + NX \quad (7)$$

Burada tasarruf, yatırım, bütçe ve dış ticaret değişkenlerinin ilişkisi gösterilmektedir (Yıldırım v.d., 2014: 101-102). İkiz açık hipotezi ulusal gelir kavramı ile açıklanmaktadır. (7) nolu denklem üzerinde gerekli düzenlemeler yapıldıktan sonra ikiz açık hipotezinin matematiksel ifadesi (8) nolu eşitlikte gösterildiği şekli ile ifade edilmektedir.

$$X - M = (T - G) + (S - I) \quad (8)$$

Formülde belirtilen semboller, genel kullanımlarına göre ifade edilmektedir. Eğer özel sektör tasarruf yatırım açığı sabit olursa, kamu ve özel sektörün açıklarının ikiz olarak gerçekleşeceğini göstermektedir. İki açık arasındaki ilişkinin ulusal gelir kimliğinde somutlaşmasına rağmen, iki açıkta ekonomik aktivite vasıtasıyla kurulan ekonomik ilişkileri kapsamaktadır. İkiz açıklar literatürde teorik olarak iki mekanizma ile açıklanmaktadır. İlk olarak yüksek sermaye hareketliliği ile karakterize edilen geleneksel Mundell-Fleming modeline göre ekonomide genişlemeci maliye politikası uygulandığında toplam talep artacak ve iç faiz oranları üzerinde yukarı yönlü bir baskı oluşacaktır. Yüksek faiz oranları beraberinde ekonomide yabancı sermayeyi çekecek ve döviz kurunun değerlenmesi gerçekleşecektir. İhracat düşüşü ve ithalat artışı ile birlikte dış ticaret

dengesi bozulacaktır. İkinci mekanizma ise Keynesin gelir teorisidir. Buna göre bütçe açıklarında yaşanılan bir artış, yurt içi geliri artırmaktadır. Daha yüksek gelir elde edilmesiyle birlikte ekonomik birimler daha fazla ithalata yönelecektir. Bu durumda dış ticaret dengesinde kötüleşme yaşanacaktır (Basu ve Datta, 2005: 3312). Keynesyen yaklaşıma göre genişlemeci maliye politikalarının uygulanması ile meydana gelen bütçe açıkları, dış ticaret açıklarını arttırmaktadır.

Türkiye için önemli bir sorun teşkil eden dış ticaret açıklarının önlenmesine yönelik çeşitli görüşler iktisat literatüründe hakimdir. İktisadi düşüncelerin bu konu hakkında konsensüs sağladığı ifade edilemez. Maliye politikasının amaçlarından biri olan ekonomik istikrarın sağlanması için devlet müdahalesini savunan Keynesyen görüş belirtilen konuyu gelir yaklaşımı ile değerlendirmektedir. Buna göre dış ticaret açıklarının temel belirleyicisi gerçekleşen ekonomik hareketlerdir bu hareketler ise yerel gelir ile tahmin edilmektedir. Keynesyen görüşe göre dış ticaret açıklarının giderilmesinde daraltıcı maliye politikaları kullanılmalıdır (Adıgüzel, 2014: 40).

Türkiye'de Üçüz Açık

Tasarruf ve yatırım arasındaki dengesizlik, bütçe açıkları ve dış ticaret açıkları ile bir araya geldiğinde üçüz açık sorunsalı ile karşı karşıya kalınmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde Türkiye'de ilgili değişkenler yıllar itibariyle ele alınmaktadır. Tasarruf ve yatırım dengesinin incelenmesi amacıyla özel kesim dengesi, kamu bütçe açığı ve cari işlemler dengesi verileri Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı verilerinden elde edilmiştir. Çalışmada kullanılan veriler GSYH'nın yüzdesi şeklinde incelenmektedir.

Tablo 1 özel sektörün tasarrufları ve yatırımlarını göstermektedir.

Tablo 1: Yurtiçi Tasarrufların ve Sabit Sermaye Yatırımlarının GSYH İçindeki Payı (1998-2016)

	Özel Tasarruf	Özel Sabit Sermaye Yatırımları
1998	26.87983	18.7809
1999	26.41599	15.07937
2000	24.21549	17.26434
2001	27.70153	13.46882
2002	26.40918	14.79484
2003	23.95818	17.15453
2004	22.41327	22.30061
2005	20.16181	23.00258
2006	19.96224	25.08138
2007	20.97228	24.40518
2008	22.34975	22.92126
2009	22.1638	18.45427
2010	19.82709	20.81615
2011	19.02408	24.24829
2012	20.1488	23.49048
2013	20.23513	24.20518
2014	21.7652	24.96052
2015	21.10497	25.63514
2016	21.73687	25.25714

Kaynak: T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, http://www.sbb.gov.tr/Pages/EkonomikSosyalGostergeler.aspx

Tablo 1 incelendiğinde 1998-2016 dönemi tasarruf ve yatırımların GSYH içindeki payı görülmektedir. Özel sektör tasarruflarının yıllar itibariyle azaldığı Tablo 1'den görülmektedir. 2010 yılından itibaren bir artış görülse bile tasarrufların yatırımları karşılayamadığı Tablo 1'den görülmektedir.

Tablo 2, Türkiye'nin bütçe ve cari işlemler dengesini göstermektedir. Tablo 2'de bütçe ve cari işlemler dengesi GSYH'nın yüzdesi şeklinde ifade edilmektedir. İlgili değişkenler 1998-2017 dönemini kapsamaktadır.

Tablo 2: Bütçe ve Cari İşlemler Dengesi

	Bütçe Dengesi	Cari İşlemler Dengesi
1998	-5.41772	0.738152
1999	-8.66372	-0.37367
2000	-8.04258	-3.73798
2001	-12.1585	1.911191
2002	-11.6023	-0.26488
2003	-8.5904	-2.40746
2004	-5.25109	-3.52351
2005	-1.20478	-4.19703
2006	-0.58825	-5.68931
2007	-1.5569	-5.45422
2008	-1.75235	-5.07636
2009	-5.28035	-1.75577
2010	-3.45524	-5.77653
2011	-1.27526	-8.94587
2012	-1.87375	-5.50588
2013	-1.02461	-6.69669
2014	-1.14306	-4.66853
2015	-1.00593	-3.72546
2016	-1.14747	-3.84088
2017	-1.52575	-5.54259

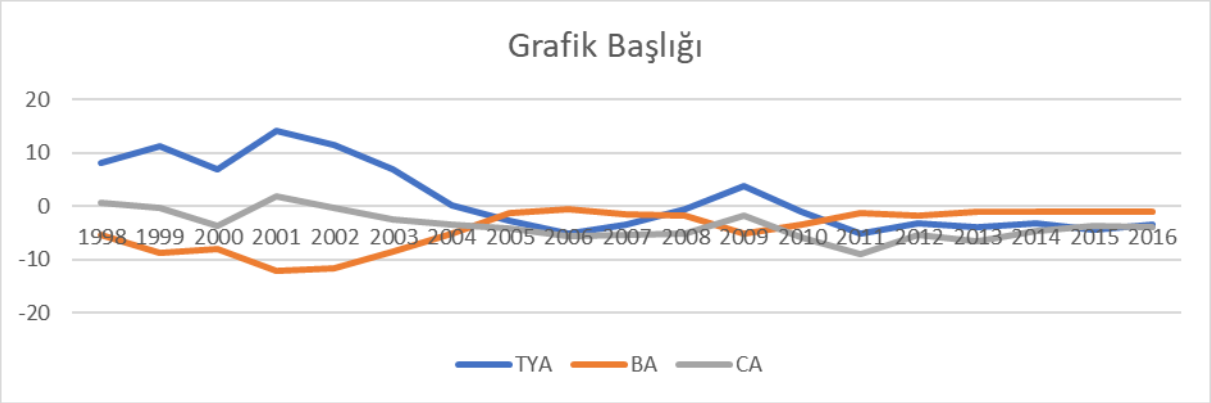
Kaynak: T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, http://www.sbb.gov.tr/Pages/EkonomikSosyalGostergeler.aspx

Tablo 2 incelendiğinde 1998-2017 dönemini kapsayan bütçe ve cari işlemler dengesi verileri görülmektedir. Buna göre ilgili dönemde Türkiye'de hem bütçe açıkları hem cari açık olduğu anlaşılmaktadır.

Bulgular ve Tartışma

İncelenen tablolardan 2004 yılından sonra tasarruf ve yatırım oranlarının negatif olduğu anlaşılmaktadır. Bütçe açıkları ve cari açıkların ise incelenden dönemin başından beri bulunduğu görülmektedir. Üç değişkenin bir arada görülmesi açısından grafik 1 oluşturulmuştur.

Grafik 1: Türkiye Ekonomisi ve Üçüz Açık



Kaynak: T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı'nda elde edilen veriler ile tarafımızca oluşturulmuştur, http://www.sbb.gov.tr/Pages/EkonomikSosyalGostergeler.aspx
Grafik 1'de yer alan değişkenler;
TYA: Tasarruf-Yatırım Açığı
BA: Bütçe Açığı
CA: Cari Açığı, ifade etmektedir.

Grafik 1 incelendiğinde 1998-2004 dönemi için üçüz açıkları destekler kanıtlar bulunmamaktadır. 2004-2016 dönemi için tüm değişkenler negatif sonuçlar içermektedir. Yani ilgili dönemde Türkiye'nin üçüz açık sorunsalına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Belirtilen dönem için sadece 2009 yılında tasarruf yatırım açığı bulunmamaktadır. Bunun nedeni ise 2008 küresel krizinin etkilerinin görülmesidir.

Çalışmada elde edilen bulgulara göre Türkiye'nin üçüz açık sorunsalı bulunmaktadır. Bu sorunsalın aşılmasında ise son dönemler uygulanan bireysel emeklilik sisteminin olumlu sonuçlar verebileceği düşünülmektedir. Fakat bütçe açıkları ve cari açıkların aşılmasında ise yapısal reformların ivedilikle gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Kaynakça

Adıgüzel, U. (2014). Türkiye'de Kamu Harcamaları Dış Ticaret Açıkları Üzerinde Etkili mi?, Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, 6(10), 39-55.

Basu, S. and Datta, D. (2005). Does Fiscal Deficit Influence Trade Deficit?: An Econometric Enquiry, Economic and Political Weekly, 40(30), 3311-3318.

Özpençe, A. İ. ve Ergen E. (2017). Kamu Harcamaları ve Dış Ticaret Açıkları İlişkisi: Türkiye Örneği, Kastamonu Üniversitesi İİBF Dergisi, 19(4), 134-145.

Tunçsiper, B. ve Sürekçi, D. (2011). Türkiye'de İkiz Açıklar Hipotezinin Geçerliliğinin Zaman Serisi Analizi, Anadolu University Journal of Social Sciences, 11(3), 103-120.

Yaraşır Tülümce, S. (2013). Türkiye'de Üçüz Açığın Ampirik Analizi (1984-2010), Maliye Derigisi, 165, 97-114

Yıldırım, K., Karaman, D. ve Taşdemir, M., (2014). Makro Ekonomi, Seçkin Yayıncılık, Sözkesen Matbaacılık, 12. Baskı, Ankara.

http://www.sbb.gov.tr/Pages/EkonomikSosyalGostergeler.aspx, Erişim Tarihi: 04.05.2018

Türkiye'de Satın Alma Gücü Paritesi

Araştırma Görevlisi Eren ERGEN[1] Doktora Öğrencisi Nedim MERCAN[2]

[1] Pamukkale Üniversitesi / İİBF, Maliye Bölümü, e-mail: eergen@pau.edu.tr

[2] Pamukkale Üniversitesi / İİBF, Maliye Bölümü, e-mail:

Özet: Satın alma gücü paritesi ülkeler arasındaki döviz kuru ve fiyat düzeyi arasındaki ilişkiyi ele almaktadır. Maliye politikasının amaçlarından olan istikrarın sağlanması amacı iki bölüme ayrılmaktadır. Bunlardan ilki tam istihdam iken ikincisi ise fiyat istikrarının sağlanmasıdır. Fiyat istikrarının makroekonomik olarak öncelikli amaç olması nedeniyle satın alma gücü paritesi hipotezinin geçerliliğine yönelik yapılan çalışmalar önem kazanmaya başlamıştır. Reel döviz kuru volatilitesinin artması piyasada risk yaratmaktadır. Bu nedenle amacı fiyat istikrarını sağlamak olan merkez bankası bu amacına yönelik olarak reel döviz kurlarında oynaklık yaşanmamasını arzu etmektedir. Uzun dönemde reel döviz kurlarının değişmediği durum satın alma gücü paritesinin geçerli olduğunu göstermektedir. Bu çalışmanın amacı Türkiye açısından satın alma gücü paritesi hipotezinin test edilmesidir. Çalışmada satın alma gücü paritesi hipotezinin sınanması için ampirik yöntemler kullanılmaktadır. Çalışmada veriler Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası veri tabanından alınmıştır. Çalışmada satın alma gücü paritesi hipotezinin geçerliliği geleneksel birim kök testleri ile sınanmaktadır. Çalışmada 2006-2018 yılları arası aylık reel efektif döviz kurları kullanılmaktadır. Çalışmanın sonunda elde edilen bulgulara göre satın alma gücü paritesi hipotezi Türkiye için geçerli değildir.

Anahtar Kelimeler: Döviz kuru, fiyat istikrarı, satın alma gücü paritesi

Purchasing Power Parity In Turkey

Abstract: The purchasing power parity is concerned with the relationship between exchange rate and price level between countries. The aim is to achieve stability from the objectives of the fiscal policy is divided into two divisions. The first is full employment while the second is price stability. Since price stability is a macroeconomic priority, studies on the validity of the purchasing power parity hypothesis have begun to gain importance. The increase in real exchange rate volatility poses a risk in the market. For this reason, the central bank, which aims to achieve the aim of price stability, hopes that there will be no volatility in real exchange rates for this purpose. The long-term real exchange rate does not change, indicating that the purchasing power parity is valid. The aim of this study is to test the hypothesis in terms of purchasing power parity Turkey. Empirical methods are used in the study to test the hypothesis of the purchasing power parity. The study data was taken from the Central Bank of the Republic of Turkey database. In the study, the validity of the purchasing power parity hypothesis is tested by traditional unit root tests. Monthly real effective exchange rates between 2006 and 2018 are used in the study. purchasing power parity according to the findings obtained at the end of the study hypothesis does not apply to Turkey.

Keywords: Exchange rate, price stability, purchase power parity

Giriş

Maliye politikasının amaçları arasında yer alan istikrarın sağlanması ikiye ayrılarak incelenmektedir. İstikrar denildiğinde tam istihdamın sağlanması ve fiyat istikrarı anlaşılmaktadır. Gerçekten de ekonomide güven ortamının oluşmasında fiyat istikrarının önemi büyüktür. Fiyat istikrarının sürdürülebilirliğinde ise reel döviz kurunun volatilitesinin düşük olması gerekmektedir.

Uzun dönemde reel döviz kurlarında volatilite düşük ise satın alma gücü paritesinin geçerli olduğu bilinmektedir. Bu çalışmanın amacı Türkiye'de satın alma gücü paritesi (SAGP) hipotezinin test edilmesidir. Ampirik yöntemlerin uygulanacağı analizde Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'ndan (TCMB) alınan ve 2006-2018 dönemini kapsayan aylık reel efektif döviz kuru verileri kullanılacaktır.

Çalışmada ilk olarak SAGP açıklanacaktır. İkinci bölümde SAGP alanında gerçekleştirilen çalışmaların literatür taraması yapılacaktır. SAGP hipotezi geleneksel birim kök testleri ile sınanacak ve son olarak elde edilen bulgular ortaya koyulacaktır.

Satın Alma Gücü Paritesi

Cassel (1918) tarafından ilk kez ortaya atılan SAGP iki ülke arasındaki reel döviz kurlarının uzun dönemde dengede olduğu durumu ifade etmektedir. Yani sabit bir mal ve hizmet için iki ülkedeki döviz kurlarının fiyat

düzeyleri oranına eşit olması anlaşılmaktadır. Bu durumda volatilitesi yüksek olan reel döviz kuru SAGP'nin geçersiz olduğunu işaret etmektedir. SAGP'nin geçersiz olması da para politikasının etkin kullanımını engellemektedir (Çeviş ve Ceylan, 2015: 6384).

SAGP ülkeler arasındaki fiyat düzeyi farklılaşmasını ortadan kaldıran para birimi dönüştürme oranı olarak tanımlanabilir. Ekonomik birimlerin sahip oldukları para, pariteye göre farklı para birimine dönüştürüldüğü zaman bütün dünyada aynı sepetteki mal ve hizmetler satın alınabilmektedir. SAGP ülkeler arası fiyat farklılıklarını ortadan kaldırmaktadır (Aslan ve Kanbur, 2007: 14).

Literatür

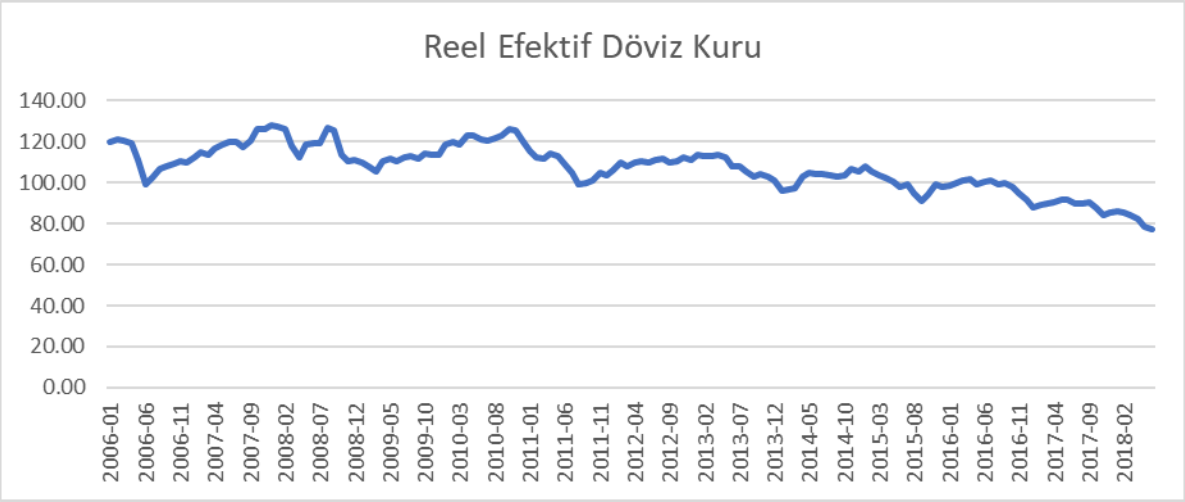
Breitung ve Candelon (2005) Asya ve Latin Amerika'yı kapsayan çalışmalarında SAGP hipotezinin Asya için geçerli olduğu sonucuna ulaşırken Latin Amerika'da ise SAGP hipotezinin geçerli olmadığı bulgularını elde etmişlerdir. Aslan ve Kanbur (2007) Türkiye için SAGP hipotezini birim kök ve eş bütünleşme testleri ile analiz etmiş ve SAGP hipotezinin geçerli olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Yıldırım ve Yıldırım (2012) çalışmalarında birim kök testlerini kullanmış ve Türkiye için SAGP hipotezinin geçersiz olduğunu bulmuştur. Bozoklu ve Yılancı (2010) Türkiye için SAGP hipotezinin geçerli olmadığını belirlemiştir.

Sayyan (2005) eş bütünleşme testini kullanmış ve Türkiye'de SAGP hipotezinin geçerli olduğu sonucuna ulaşmıştır. Erlat (2003) Türkiye için aylık veriler kullanarak yaptığı çalışmada SAGP hipotezinin geçerliliğini ortaya koymuştur. Yazgan (2003) Türkiye için eş bütünleşme testleri ile SAGP hipotezinin geçerliliğini analiz etmiş ve hipotezin geçerli olduğuna yönelik bulgular elde etmiştir.

Bulgular ve Tartışma

SAGP hipotezinin geçerliliğinin analiz edilmesin reel efektif döviz kuru (RER) kullanılmaktadır. Çalışmada kullanılan veriler TCMB tarafından sunulan 2006-2018 dönemini kapsayan aylık RER verileridir. Grafik 1'de Türkiye için belirtilen dönemi kapsayan RER'i göstermektedir.

Grafik 1: Reel Efektif Döviz Kuru, 2006:01-2018:06



Kaynak: TCMB, https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket.

Grafik 1 incelendiğinde ele alınan dönem aralığında Türkiye'de RER'in düşme eğiliminde olduğu görülmektedir.

Bu çalışmada Türkiye için SAGP hipotezinin test edilmesinde geleneksel birim kök testleri kullanılmaktadır. 2006-2018 dönemini kapsayan RER verileri için uygulanan geleneksel birim kök testlerinin sonuçları Tablo 1'de bulunmaktadır.

Tablo 1: Reel Efektif Döviz Kuru Birim Kök Test Sonuçları

Augmented Dickey-Fuller					
Sabit			**Sabit ve Trend**		
Kritik Değerler		**Test Değerleri**	**Kritik Değerler**		**Test Değerleri**
%1	-3.4751	0.8139(2)	%1	-4.0212	-3.2834(1)***
%5	-2.8811		%5	-3.4404	

%10	-2.5772		%10	-3.1447	
Phillips-Perron					
Sabit			**Sabit ve Trend**		
Kritik Değerler		**Test Değerleri**	**Kritik Değerler**		**Test Değerleri**
%1	-3.4745	-0.8321(5)	%1	-4.0208	-2.7479(3)
%5	-2.8808		%5	-3.4402	
%10	-2.5771		%10	-3.1445	
Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin					
Sabit			**Sabit ve Trend**		
Kritik Değerler		**Test Değerleri**	**Kritik Değerler**		**Test Değerleri**
%1	0.7390	1.2721(9)	%1	0.2160	0.1811(9)*
%5	0.4630		%5	0.1460	
%10	0.3470		%10	0.1190	

*: %1 anlam seviyesini, **: %5 anlam seviyesini, ***: %10 anlam seviyesini ifade etmektedir. Parantez içindeki değerler uygun gecikme değerlerini göstermektedir. ADF için Schwarz Bilgi Kriteri, PP ve KPSS için ise uygun gecikme sayısı Newey-West optimal uyarlama gecikmeleridir.

Tablo 1 incelendiğinde Türkiye'nin 2006-2018 dönemi RER verilerinin geleneksel birim kök testlerinin sonuçları görülmektedir. Çalışmada ADF, PP ve KPSS birim kök testleri kullanılmaktadır.

Tablo 1'e göre RER'in ADF sonuçları incelendiğinde sabitli modelde sırasıyla %1, %5 ve %10 kritik değerlerinde RER'in durağan olmadığı görülürken sabit ve trend'li modelde ise sırasıyla %1 ve %5 kritik değerlerinde durağan olmayan RER'in %10 kritik değerinde durağan olduğu saptanmaktadır. Tablo 1'den PP birim kök test sonuçları incelendiğinde hem sabitli modelde hem sabit ve trend'li modelde kritik değerlerin tamamında RER'in durağan olmadığı görülmektedir. Tablo 1'in en alt kısmında yer alan KPSS birim kök testine göre ADF ve PP testlerine benzer sonuçlar elde edilmektedir. Buna göre sabitli modelin tüm kritik değerlerinde birim kök içeren RER, sabit ve trendli modelde ise sadece %1 anlam seviyesinde durağan sonuçlar içermektedir.

Elde edilen bulgular SAGP hipotezinin Türkiye'de geçerli olmadığını göstermektedir. Bu durum literatürde yer alan Breitung ve Candelon (2005), Aslan ve Kanbur (2007), Yıldırım ve Yıldırım (2012), Bozoklu ve Yılancı (2010) çalışmalarına uygun düşmektedir. Ulaşılan sonuçlara göre Türkiye'de SAGP hipotezinin geçerli olmaması Türkiye'nin politika uygulamalarında ve hazırlanmasında önceliği döviz kurunda istikrarın sağlanması üzerinde yoğunlaşmasını gerektirmektedir.

Kaynakça

Aslan, N. ve Kanbur, A. (2007). Türkiye'de 1980 Sonrası Satın Alma Gücü Paritesi Yaklaşımı, Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, 23(2), 9-43.

Bozoklu, Ş. ve Yılancı, V. (2010). Reel Döviz Kurlarının Durağanlığı: E7 Ülkeleri İçin Ampirik Bir İnceleme, Maliye Dergisi, 158, Ocak-Haziran, 587-606.

Breitung, J. ve Candelon, B. (2005). Purchasing Power Parity During Currency Crises: A Panel Unit Root Test Under Structural Breaks, Review of World Economics, 141(1), 124-140.

Çeviş, İ. ve Ceylan, R. (2015). Kırılgan Beşlide Satın Alma Gücü Paritesi Hipotezinin Test Edilmesi, Journal of Yasar University, 10(37), 6381-6477.

Erlat, H. (2003). The Nature of Persistence in Turkish Real Exchange Rates, Emerging Markets Finance and Trade, 39(2), 70-97.

Sayyan, H. (2005). Satın Alma Gücü Paritesi: Vektör Hata Giderme Modeli Yaklaşımı, İktisat, İşletme ve Finans, Temmuz, 96-104.

Yazgan, M. E. (2003). The Purchasing Power Parity Hypothesis for a High Inflation Country: A Re-Examination of the Case of Turkey, Applied Economics Letters, 10(3), 143-147.

Yıldırım, K. ve Yıldırım, Z. (2012). Reel Efektif Döviz Kuru Üzerinde Kırılmalı Birim Kök Testi ile Türkiye İçin Satın Alma Gücü Paritesi Hipotezinin Geçerliliğinin Sınanması, Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, 33(2), 221-238.

https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket, Erişim Tarihi: 31/07/2018.

Green Paradox versus of Green Economy: Evidence from Green Skills and Jobs

Assoc.Prof.Dr. Erhan Atay[1]

[1]Trakya University / Economics Dept.Edirne /Turkey, e -mail : erhanatay@trakya.edu.tr

Abstract: Green Economy is investments on enriching natural capital, reducing ecological problems and environmental risks.Towards the end of the 2000s there developed a considerable literatüre discussing the so-called 'green paradox'.This term argues that some designs of climate policy,intended to mitigate carbon emissions,might actually increase carbon emissions,at least in the short run.The reason fort his possibility is that fossil fuels are non-renewable scarce resources.

Therefore ,a rapidly increasing carbon tax is not the only possible cause of a green paradox.A declining price of a substitute,either because of increasing subsidies or technological improvement ,can give the same effect.

Aglobal transition to a low-carbon economy can create large numbers of green jobs across many sectors , such as installation of solar panels, the production in bio-fuel and hybrid vehicles, the construction of giant wind turbines, which are aim to improve the quality of the environment and eco-system and to provide protection from damages,are called green jobs. In the light of green employment, the pace of green job creation is likely to accelerate both in developed and some developing countries in the years ahead.

In this study, through definition of the green economy, green jobs has been characterized, the potential impacts of green jobs on employment are discussed and in order to have the skills required for green jobs, it is emphasized the importance of vocational education. Finally,we assume that there is a low risk of a green paradox in case the regulator implements and commits to a permanently mal-adjusted tax.

Keywords: Green Economy, Green Paradox,Energy Integration, Green Jobs

1.INTRODUCTION

According to the United Nations Environment Programme (UNEP), the main feature of Green Economy is investments on enriching natural capital, reducing ecological problems and environmental risks. In this context, a green economy is one whose growth in income and employment is driven by public and private investments that reduce carbon emissions and pollution,enhance energy and resource efficiency, and prevent the loss of biodiversity and ecosystem services. The green economy recognizes that protecting and conserving environmental resources can be a significant driver for the economic growth.

In this regard,pollution and health have always been directly linked, both environmentally and medically, but few people consider the economic impact felt by countries afflicted with poor outdoor air quality. The World Health Organization estimates that the cost of disability and premature death from air pollution in Europe totalled close to $1.6 trillion USD in 2015. Each form of pollution presents its own unique challenges, while resulting in a hefty expense and posing a threat to human health.

Due to worsening conditions, gaseous air pollution like ozone and carbon monoxide have been hot topics in recent years. Levels often increase during the summer when higher temperatures and sunlight stimulate chemical reactions in the lower atmosphere. Gases like ozone can aggravate the respiratory system, resulting in conditions such as chronic obtrusive pulmonary disease (COPD) and worsening asthma and emphysema. Although urban areas are often the most affected, the impact of air pollution reaches far into the rural and natural world.

Climate policy making is challenging primarily in that it involves the assessment of data and methods across a multitude of scientific fields and disciplines. In this respect, integrated assessment models are being used, the level of detail in which allows for modelling all relations between climate and human activity. As a result, their structure is usually significantly complex and their use often excludes stakeholders and their valuable knowledge.

Households typically cannot observe the price or the amount of electricity that they consume in real-time, so that they do not have the basis to make well-informed decisions about their electricity consumption. Can providing information help consumers to reduce their environmental footprint? The roll-out of smart electricity meters, which enable real-time feedback on electricity consumption to residential consumers, can help answer this question.

A careful analysis suggests that current institutions to support system reliability go a long way toward supporting system resilience—and that real threats to reliable electricity supply and quick recovery from outages may lie in other parts of the system, and therefore call for differently targeted measures.

In this study general structure and status of global green energy will be evaluated and applications for energy production will be discussed in concept of green economy.The outline of the paper is as follows. Section 2 sets up the green paradox.. Section 3 derives the Green skills and jobs.Finally last section is conclusion.

2. GREEN PARADOX versus RENEWABLE ENERGY OPPORTUNITIES

According to estimates by the IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change),the Earth's depleted coal mines and oil and gas deposits will offer room for only some 600 gigatons of carbon, barely one tenth of the recoverable carbon resources (6,500 gigatons).

2.1. Green Paradox: Diffucult problem to explain nowadays

Green energy is a term describing what is considered to be environmentally friendly, typically non-polluting, sources of energy, some sources may use it interchangeably with renewable energy. Green energy has mass appael among consumers, investors,and manufacturers.(Bohn:2010:36)

Towards the end of the 2000s there developed a considerable literatüre discussing the so-called 'green paradox'.This term stems from Sinn (2008 a,b),who argues that some designs of climate policy,intended to mitigate carbon emissions,might actually increase carbon emissions,at least in the short run.The reason fort his possibility is that fossil fuels are non-renewable scarce resources.For such resources Sinclair 1992 pointed out that the key decision of those lucky enough to own oil-wells is not so much how much to produce as when extract it.(Sinn :2008b:368)

Therefore,if the tax rate rises faster than the cost share times, the discount rate, the rate of return from keeping the resource in situ exceeds the rate of return from extracting the resource and investing the proceeds in the capital market. Thus, the resource owners will anticipate extraction to make the price path sufficiently steep to compensate for the rising tax rate. Global warming will accelerate. This possibility is called the green paradox, because it shows that good intentions do not always breed good deeds.

Environmentalists often argue that carbon taxes are needed to reduce the demand for carbon and slow down global warming, and they advocate increasing the tax rate over time so as to give the economy time to adjust and fight global warming more aggressively as it evolves and damages increase. The green paradox implies that such a policy is likely to backfire and create even more harm for the environment by speeding up global warming. (Sinn:2008b:380)

Admittedly,biofuels could be perfect substitutesto fossil fuels. However,bio fuel will not impose a fixed upper bound on the price of fossil fuel, as the supply capacity for bio fuel is limited and its price will also rise. The space needed for growing the biomass competes with agricultural land for food production. In order to satisfy the energy demand for current worldwide transport alone (which itself is just one fifth of current world energy demand), an area of 1.4 giga hectares would be necessary, which is equal to the total agricultural area of the world (International Energy Agency :2006:289).

As mentioned above,Sinn 2008a used the term 'green paradox' to describe a situation where policies intending to mitigate climate change actually increase near-term emissions.

On the other hand,under the Hotelling rule, it is essential that resource owners be forward-looking (i.e., that they base their behaviour on expectations of future prices). This means that policies aimed at limiting or reducing the possibility of generating resource-derived revenues in the future will induce resource owners to bring their sales forward to the present. This, in turn, will depress current market prices and increase resource demand, thus accelerating global warming.

2.2 Renewable energy as a defence to green paradox

We show that (i) subsidies for renewable energy policies with the intention of encouraging substitution away from fossil fuels may accentuate climate change damages by hastening fossil fuel extraction, and that (ii) the opposite result holds under some specified conditions. We focus on the case of subsidies for renewable

resources produced under increasing marginal costs, and assume that both the renewable resources and the fossil fuels are currently in use. Such subsidies have a direct effect and an indirect effect working in opposite directions. The direct effect is the reduction in demand for fossil fuels at any given price. The indirect effect is the reduction in the current equilibrium price for fossil fuels, which tends to increase the amount of fossil fuels demanded. Whether the sum of the two effects will actually result in an earlier or later date of exhaustion of the stock of fossil fuels depends on the curvature of the demand curve for energy and of the supply curve for the renewable substitute.(Grafton :2018:1)

A cap on peak global warming requires a credible carbon budget, which can be enforced by an appropriate subsidy on renewable energy. This induces faster fossil fuel extraction and accelerates global warming in the short run, which is the Green Paradox (e.g., Sinn, 2008), but locks up more fossil fuel reserves in the crust of the earth in the long run. Enforcing a cap on global warming with a renewable energy subsidy thus induces a short-run cost of accelerated heating of the planet and exacerbates the race to burn the last ton of carbon. (Ploeg :2017:6)

In this regard, there are model assumptions that would eliminate the risk of a Green Paradox outcome. For example, it is possible that mankind would, under laissez faire, not exhaust the entire resource stock, because, with the passage of time, the marginal willingness to pay for dwindling fossil resources rises more slowly than the unit extraction costs resulting from the depletion of the better fields. In this case, any permanent demand-reducing measures of the kind discussed earlier would eliminate some of the stock that could be profitably extracted and henceputalimitontheearth'smaximumtemperature (seeWithagenand van derPloeg :2015).

The "green paradox" by Hans–Werner Sinn suggests that increasing resource taxes accelerate global warming because resource owners increase near-term extraction in fear of higher future taxation. In this note we show that this effect does only occur for the specific set of carbon taxes that increase at a rate higher than the effective discount rate of the resource owners. We calculate a critical initial value for the carbon tax that leads to a decreased cumulative consumption over the entire (infinite) time horizon. Applying our formal findings to carbon taxes for several mitigation targets, we conclude that there is a low risk of a green paradox in case the regulator implements and commits to a permanently mal-adjusted tax. This remaining risk can be avoided by emissions trading scheme as suggested by Sinn—as long as the emission caps are set appropriately and the intertemporal permit market works correctly.(Edenhofer:2011:11)

3. DYNAMICS OF GREEN JOBS and SKILLS

A number of studies surrounding the economic result of air pollution recommend policy change. One report from the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) encourages the use of local policies to directly target and break down the issue. Certain global cities like Beijing or Dubai are experiencing increasingly dangerous air quality levels, sometimes resulting in city-wide smog warnings that bring businesses to a halt. Although there may be fears that industrial-centric jobs may be lost while attempting to reduce pollution, the economic model suggests those positions will be balanced out by gains made in other industries, including green building and architecture. Environmentally conscious policy will benefit and stimulate the economy by encouraging efficient use of resources while lessening healthcare costs.

Green economy can be implemented the key sectors in economy such as renewable energy, research and development, construction-building, transport, industry, agriculture and forestry. In low-carbon and sustainable economies, jobs such as installation of solar panels, the production in bio-fuel and hybrid vehicles, organic agriculture, insulation, the construction of giant wind turbines, which are aim to improve the quality of the environment and eco-system and to provide protection from damages,are called green jobs. It is estimated that average of roughly 2.3 million people have been employed in green jobs around the world in recent years.

However, it can be said that this figure underestimates the current situation considering the rapidly evolving fields of green employment. The pace of green job creation is likely to accelerate both in developed and some developing countries in the years ahead. A global transition to a low-carbon and sustainable economy can create large numbers of green jobs across many sectors of the economy, and indeed can become an engine of development.

Although some headway has been made in terms of sustainability and cutting back on toxins, pollution from energy production continues to cost the world economy hundreds of billions of dollars each year. According to a report by the World Bank, this rounds out to about $5 trillion in welfare expenses annually, with developing

countries seeing some of the worst effects. Much of this is attributed to healthcare costs, as more people are being exposed to harmful airborne toxins. Additional financial burdens can develop from labor productivity and insufficient crop yields.

Green jobs are required in a range of skills, education and professional experience. Basis of the fact that Turkey is a very high potential for green jobs, in the near future, blue-collar workers may be transformed into green-collar workers. In order to work on the job of future, it must be prepared to well-educated and skilled workforce may also bring a solution to the unemployment problem in Turkey. In this study, through definition of the green economy, green collar jobs has been characterized, the potential impacts of green jobs on employment are discussed and in order to have the skills required for green jobs, it is emphasized the importance of vocational education.

The percentage of total employment associated with green goods and services has increased in the USA over the past several years, presenting employment opportunities in a number of related emerging fields. As employment options arise to provide green goods and services, people with disabilities should have equitable employment opportunities in this growth sector of the US economy. A focused strategy to train and engage people with disabilities in the green economy can provide a talented and largely untapped segment of the US workforce, a greater opportunity to participate in this growing employment sector than previously realised.

TABLE 1 :Main phases and key dates in EU Climate Change Politics

---

**First Phase (** Late 1980s-1992 Formation and Formulation Phase)

1986 : EP Resolution favors a common climate change policy

1988 : Commission communication on EU ‘’

1990 : Council:stabilise the EU’s CO_2 emissions by 2000

Second Phase (** 1992-2001 Kyoto protocol negotiation phase **)

1992 : EU accepted commitment to stabilise CO_2 emmissions by 2000

1997 : Kyoto protocol negotiations :EU setttled for %8 reduction of six GHG by 2008-2012

1998 : Environmental Council Resolution on EU Climate Changing programme

Third Phase (** 2001-20005 Kyoto protocol rescue phase **)

2001 : Kyoto protocol ratified by the EU and its member states.

2003 : Commission proposed for on EU ETS (Emiissions Trade System)

Fourth Phase (** Since 2005 Kyoto protocol follow up agreement negotiations **)

2005 : Kyoto protocols enters into force and EU ETS becomes operational

2006 : Stern report makes economic case for tracking climate change

2007 : Stabilise temparature rise at 2^o

2008 : Commission impact assesment of the 20-20 rule by 2020 energy package

2009 : Cophanegan conference adopts Cophanegan Accord

2010 : Environmental Council meeting in Seville

Cancun-Mexico conference to decide Cophanegan Accord

Kyoto protocol follow –up

Reference : Rudiger :2011:4.

According to the Table 1 above; through EU directives and national policies, European countries have made credible commitments to support clean growth. These commitments should encourage investors to risk funding new products that are not profitable according to current market prices. Generous subsidies and tariff guarantees have been effective, helping European leaders emerge in many gren technology areas. By the late 2000s, environmental technologies accounted for almost 10 percent of GDP in Germany, and German firms held global market shares of 6–30 percent in key green markets (BMU: 2009:9).

Since the energy crisis in the 1970s and later the growing concern for climate change in the 1990s, policymakers at all levels of government and around the world have been enthusiastically supporting a wide range of incentive mechanisms for electricity from renewable energy sources (RES-E)Ghey express a variety of motivations for promoting RES-E, from energy security to environmental preservation to green jobs and innovation. They also bring a variety of policy measures to the table, from an array of subsidies to mandates to emissions trading.(Fisher:2010:3)

Therefore,the end of 2011 saw the publication by the EC of its Energy roadmap 2050 illustrating ambitious decarbonisation scenarios.A few months later,in June 2012, the Commission published a communication highlighting the crucial role that renewables will play in diversifying the EU energy mix beyond 2020,and in securing energy supplies and contributing to creating jobs, new industries and reducing GHG emissions.(EC:2012: 6)

On the other hand, it could be said that the EU's efforts alone are not enough to tackle global environment problems like climate change. Green technology investments will happen sooner if global green innovation networks are mobilized. The EU will not always be able to compete in mass-producing standardized green products. It will need to retain its strength in knowledge-intensive green services and technology.

In this short article we cannot go into much detail into the development and formal organization of EU's green innovation technology policy. Meanwhile, taking all the 27 EU Member States together,according to the EU directive on renewable energies, agreed in December 2008, requires each member state to increase its share of renewable energies in the bloc's energy mix to raise the overall share from 8.5% today to 20% by 2020.In order to achieve this objective, every nation in the 27-member bloc is required to increase its share of renewables by 5.5% from 2005 levels.

Governments and regulators can consider improving local conditions for industry decarbonization in the following ways:

Review the potential decarbonization pathways not only on costs, but especially on 'countryvalue-add' (such as jobs, competitive position). Such a review would typically lead to other mechanisms to support development and scale up of innovative decarbonization options, especially those which would provide local additional benefits, such as the strengthening of an existing industrial cluster, or increase in jobs. (Pee et al:2018:57)

From our country's perspective Turkey needs to boost its performance in order to bring its energy sector to a low-carbon level, saying that "with an annual increase of 1 percent, only 7 percent of Turkey's total electric production is sourced via wind and solar energy."It means that the rate of 7 percent means employing 90,000 people, hence renewables are important for employment.

4.CONCLUSION

The aim of this paper is to assess how multiple criteria decision analysis can bridge the gap between climate policy studies and green paradox by delving into the literature and reaching a methodological framework appropriate for solving complex problems of this particular problem domain, featuring multiple alternatives,

criteria and decision makers which includes assessing the importance of a number of exogenous policy risks, as well as evaluating different short-term policy instruments against these risks.

Because industrial output is projected to grow until 2050, the energy sector could face challenges in simultaneously meeting the emission reduction targets implied by the Paris Agreement of 2015. The agreement among 195 UN member states calls for preventing average global temperatures from rising 2 °C, and ideally limiting the average temperature rise to 1.5 °C. Achieving these goals would require an 80 to 95 percent reduction of global GHG emissions by 2050, as compared to 1990 levels.

Industrial companies can reduce CO2 emissions in various ways, with the optimum local mix depending on the availability of biomass, carbon-storage capacity and low-cost zero-carbon electricity and hydrogen, as well as projected changes in production capacity .(See.Pee et al:2018)

Participating in clean air initiatives and sustainable development are attractive markets for many countries. Those that enter into clean technologies have the advantage of growing and leading the industry, all while improving national health and increasing GDP. Perhaps if those financial gains were highlighted, countries like the U.S. would feel more incentivized to adopt green and non-toxic technologies to help reduce the effects of global warming.

The shift to a green economy is increasing the pace of change in labour markets and skill needs. We see that economies moving towards greener production can seize the potential for the green job creation if they deal effectively with the coming structural change and transformation of existing jobs.

Finally, we can offer that a rapidly increasing carbon tax is not the only possible cause of a green paradox.A declining price of a substitute,either because of increasing subsidies or technological improvement ,can give the same effect.

REFERENCES

Bohn, J.G (2010) A New Wave in Green Energy Fraud; Frauders are Learning it Pays to be Green,Fraud Magazine,Vol:24,No:5,pp.36-47.

BMU (German Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety). (2009). GreenTech Made in Germany 2.0: Environmental Technology Atlas for Germany. Berlin: BMU.

The Green Paradox: A Supply-Side View of the Climate Problem 245 at BSB Muenchen on July 21, 2015http://reep.oxfordjournals

Cerquera ,B Filiberto,D .(2018)The green economy and job creation: inclusion of people with disabilities in the USA,Int. J of Green economics,Volume :7,Issue :3 pp.1.

EC (2012)The State of Renewable Energies in Europe ,12th EurObserv'ER Report.

Fisher C, Preonas L . (2010) Combining Policies for Renewable Energy:Is the Whole Less than the Sum of Its Parts?, RFF-Resources for the Future Discussion papers No:10-19.

Grafton,R et al. (2018) Substitution between biofuels and fossil fuels: Is there a green paradox? Journal of Environmental Economics and Management Volume 64, Issue 3, November 2012, Pages 328-341.

Edenhofer,O Kalkuhl ,M (2011)When do increasing carbon taxes accelerate global warming? A note on the green paradox,Energy Policy Volume 39, Issue 4, April 2011, Pages 2208-2212.

International Energy Agency (2006),Energy Outline,pp. 250- 289.

Pee ,A et al. (2018) Decarbonization of industrial sectors: the next frontier,OECD/IEA 2018, IEA Publishing modified byMc Kinsey.

Ploeg,F van der (2017) Race to Burn the Last Ton of Carbon and the Risk of Stranded Assets CESifo Working Paper No. 6793 Category 10: Energy and Climate Economics.

Ploeg, F. van der and C. Withagen (2015). Global warming and the Green Paradox: a review of adverse effects of climate policy, Review of Environmental Economics and Policy, 9, 2, 285-303.

Rudiger ,W Connelly,J (2011) The EU as a leader in international climate change politics,Routledge Group Uaces Contemporary European studies.

Sinn H, W .(2008a) Das Grüne Paradoxon,pladoyer für eine ılusionsfreia klimapolitik,Berlin,Econ.

Sinn H,W (2008b) Public policies against global warming: a supply side approach Int.Tax Public Finance (2008) 15: 360–394 DOI 10.1007/s10797-008-9082-z.

Sinclair ,P .(1992),'High does nothing and rising and worse:Carbon taxes should be kept declining to cut harmful emissions'.Manchester School of Economic and social studies,60:41-52.

Transfer Harcamaları İle Gini Katsayısı Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi

Araştırma Görevlisi Ersin YAVUZ[1]

[1]Pamukkale Üniversitesi / İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, ersiny@pau.edu.tr

Özet: 1950'li yıllardan itibaren, kamu harcamalarının bileşiminde sosyal güvenlik ve refah harcamalarının payı artmaya başlamıştır. Bu harcamaların temelindeki motivasyon, ülkedeki refahın toplumun tabanına yaymaktır. Diğer deyişle devlet ikincil dağılımı yaparken, gelir dağılımındaki eşitsizliği minimize etmeye çalışmaktadır. Kamu harcamaları ekonomik sınıflandırmada cari, yatırım ve transfer harcamaları olarak kategorize edilmektedir. Gelir dağılımını yakından ilgilendiren harcama türü ise transfer harcamalarıdır. Literatürde gelir dağılımı eşitsizliğini ölçme konusunda en bilinen yöntem Gini katsayısıdır. Lorenz eğrisi üzerinden hesaplanmaktadır. Çalışmanın amacı, Türkiye'de transfer harcamalarının Gini katsayısı üzerindeki etkisini ampirik olarak analiz etmektir. 2004-2015 yıllarını kapsayan çalışmada, ampirik olarak regresyon analizi yapılmaktadır. Ampirik analizden elde edilen bulgulara göre, faiz harcamalarının %1'lik artışı, Gini katsayısını %0.07 artırmakta yani olumsuz etkilemektedir. Sosyal güvenlik harcamalarının %1'lik artışı, Gini katsayısını %0.14 artırmaktadır. Toplam transfer harcamalarının %1'lik artışı ise, Gini katsayısını %0.08 azaltmaktadır. Transfer harcamalarının içinde faiz ödemelerinin ve sosyal güvenlik kurumuna yapılan transferlerin, gelir dağılımını olumsuz etkilemesi literatürde beklenen bir durumdur. Bu kapsamdaki harcamaların minimize edilmesi, gelir dağılımına olumlu yönde yansıyacaktır. Ayrıca sosyal transferlerin payının artırılması da Gini katsayısının doğrudan azalmasını sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Transfer Harcamaları, Gini Katsayısı, Regresyon

Empirical Analysis of The Relationship Between Transfer Expenditure and Gini Coefficient

Abstract: From the 1950s onwards, the share of social security and welfare spending in the composition of public expenditures has begun to increase. The motivation underlying these expenditures is spreading the prosperity of the country to the community base. In other words, while the state is doing secondary distribution, it tries to minimize inequality in income distribution. Public expenditures are categorized as current, investment and transfer expenditures in economic classification. The type of expenditure closely related to income distribution is transfer expenditures. The most common method for measuring income distribution inequality in the literature is the Gini coefficient. Calculated from the Lorenz curve. The aim of this study in Turkey, is to empirically analyze the effect of the transfer expenditures on the Gini coefficient. In the study covering the years 2004-2015, regression analysis is performed as empirical method. According to the findings obtained from empirical analysis, 1% increase of interest expenditures increase Gini coefficient by 0.07%, which is adversely affecting. 1% increase in social security expenditures, Gini coefficient increases 0.14%. The 1% increase in total transfer expenditures reduces the Gini coefficient by 0.08%. It is expected in the literature that the interest payments and the social security expenditures within the transfer expenditures adversely affect the income distribution. The minimization of expenditures in this context will be reflected positively on income distribution. In addition, increasing the share of social transfers will directly reduce the Gini coefficient.

Keywords: Transfer Expenditures, Gini Coefficient, Regression

1. GİRİŞ

Hükümetler iktisadi amaçlar kapsamında çeşitli araçlarla ekonomiye müdahale etmektedir. Bu araçlar içindeki en önemli olanları, maliye politikası araçlarıdır. Hükümetler maliye politikası araçları olan vergi, kamu harcaması, bütçe ve borçlanma ile birincil dağılımdan ikincil dağılıma geçişi sağlamaktadır. Fakat burada önemli olan nokta geçiş yapılırken piyasadaki etkinlik ile adalet arasındaki çatışmayı minimize ederek gerçekleştirilebilmesidir.

Çalışmanın konusu gereği, adalet ilkesine odaklanılmaktadır. Adalet ilkesinin sağlanması, maliye politikasının sosyal amaçları arasında yer almaktadır. Nitekim devlet programları, yoksulluğun engellenmesinde büyük rol oynamaktadır. Örneğin sosyal güvenlik, yaşlılar arasındaki yoksulluğu neredeyse ortadan kaldırmaktadır (Stiglitz, 2015: 134). Hükümetlerin gelir eşitsizliğini gidermek için kullandıkları temel araç, transfer harcamalarıdır. Özellikle, transfer harcamaları içinde yer alan sosyal harcamalar, gelir eşitsizliğinin minimize edilmesiyle yakından ilgilidir. Diğer yandan transfer harcamaları içinde olan borç faiz ödemelerinin gelir dağılımı üzerindeki etkisi ise olumsuzdur. Çünkü genelde devletler yüksek gelirli bireylerden borçlanmakta iken, bu borçların finansmanını düşük gelirli bireylerden topladığı vergiler ile finanse etmektedir (Ulusoy, 2013: 297).

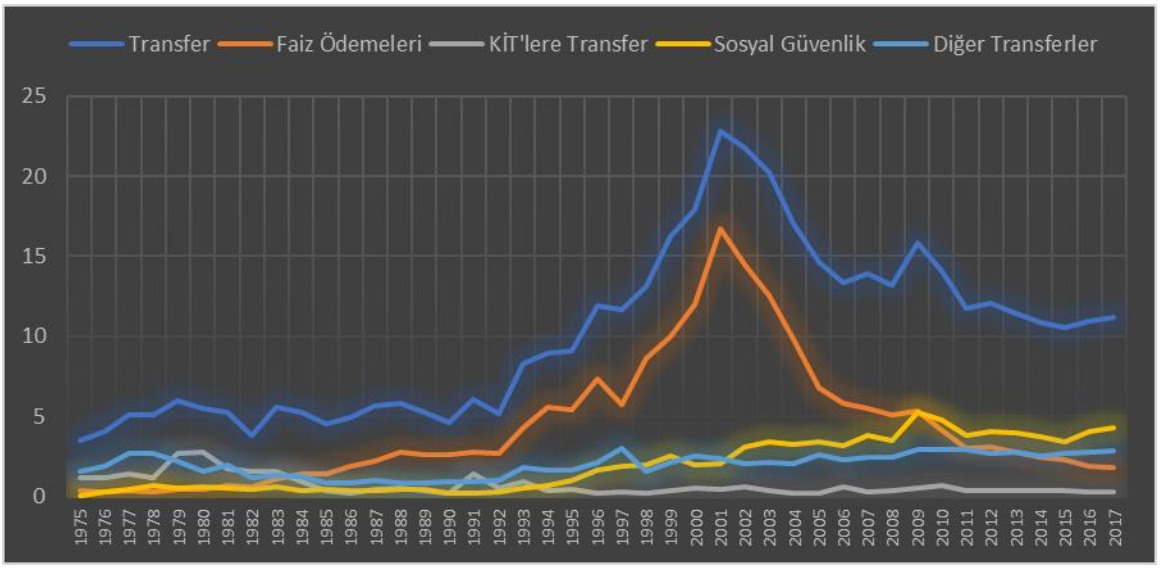
Çalışmanın amacı, transfer harcamaları ile gelir eşitsizliğini ölçen gini katsayısı arasındaki teorik bilgiyi ampirik olarak test etmektir. Bu alanda yapılan ampirik çalışma sayısı oldukça azdır. Çünkü gini katsayısına ilişkin veriler genelde 2000 yılından sonrasını kapsamaktadır. Veri sayısının azlığı ise, ampirik analiz yapılmasını kısıtlamaktadır. Bu analizde de Gini katsayısına ilişkin veriler 2004-2015 yıllarını kapsadığı için, analiz veri sayısı açısından kısıtlanmaktadır. Veri sayısının azlığı ampirik analiz açısından sorun teşkil etse de, çalışmanın literatüre katkısı, analizin bu alandaki boşluğun giderilmesine yönelik olması olarak ifade edilebilir.

2. Teorik Çerçeve

Sachs ve Larrain kamu harcamalarını dört başlık altında kategorize etmektedir: maaş ödemeleri ve mal satın alımını kapsayan cari harcamalar; yol ve liman gibi harcamaları kapsayan yatırım harcamaları; emeklilik aylığı ve işsizlik ödeneği gibi harcamaları içeren özel sektör transferleri ve son olarak borç faiz ödemeleridir (Sachs and Larrain, 1993: 190). Günümüzde ise kamu harcamaları ekonomik olarak tasnif edildiğinde reel ve transfer harcamaları olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Reel harcamalar da kendi içinde cari ve yatırım harcamaları olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Reel harcamalar, *"karşılığında mal ve hizmet alınan harcamalardır."* Transfer harcamaları ise *"emek, mal ve hizmet gibi, herhangi bir üretim faktörünün elde edilmesine yönelik olmayan harcamalardır."* Reel harcamaları milli gelirden ayıran en temel özelliği, milli gelir artışını doğrudan etkilemesidir. Transfer harcamalarının ise milli gelir üzerindeki etkisi dolaylıdır. Bu harcamalar neticesinde satın alma gücü birey ve sosyal gruplar arasında el değiştirmektedir. Ekonomik büyüme üzerindeki en etkili harcama, yatırım harcamalarıdır. Toplam talebi artırmak suretiyle cari harcamalar, ekonomik büyümeyi olumlu etkilemektedir. Transfer harcamaları ise dolaylı yönden talebi artırmak suretiyle ekonomiyi olumlu etkileyebilmektedir (Pehlivan, 2001: 100-103).

Grafik 1'de Türkiye'deki transfer harcamaları ve alt başlıklarının milli gelir içindeki payları, 1975-2017 yılları kapsamında gösterilmektedir. Transfer harcamalarının 1975'te %4 civarında olduğu, 90'lı yıllarında başından itibaren yükselişe geçtiği, 2001 yılında %22 ile zirveye çıktığı, daha sonraki süreçte küresel kriz yılı hariç genel olarak düşme eğiliminde olduğu görülmektedir. 2017 yılı itibariyle yaklaşık %11 seviyesindedir. Transfer harcamalarının artmasındaki temel sebebin borç faiz ödemelerinin olduğu grafikte açıkça görülmektedir. İki seri neredeyse beraber hareket etmektedir. Ayrıca sosyal güvenlik sistemindeki açıkların artmasına paralel olarak sosyal güvenlik sistemine yapılan transfer harcamalarının giderek arttığı görülmektedir.

Grafik 1: Transfer Harcamalarının Milli Gelir İçindeki Payları

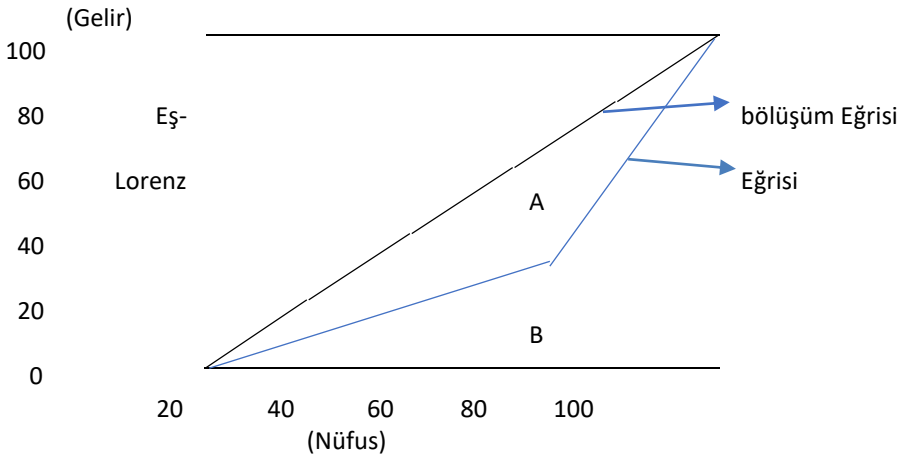


Kaynak: T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı

Ülkelerdeki gelir dağılımının ölçülmesindeki genel kabul gören araç Lorenz Eğrisi'dir. Gelir dağılımını mutlak eşitlik ve tamamen eşitsizliğin olduğu iki uç durum arasında incelenmektedir (Şener, 2010: 19). Bu ölçüm yönteminde genellikle hanehalkları %20'lik dilimlere ayrılmaktadır. Bu kapsamda adil gelir dağılımı için nüfusun her %20'lik dilimi, gelirin %20'lik kısmını alması gerekmektedir. Bu durumun gerçekleşmesi durumunu, eş-bölüşüm doğrusunu göstermektedir (Şekil 1). Lorenz eğrisi ise, eş-bölüşüm doğrusuna yay çizen eğriyi temsil etmektedir. Gini katsayısı, Lorenz eğrisi üzerinden hesaplanmaktadır. Eş-bölüşüm doğrusu ile Lorenz eğrisi

arasındaki bölgenin alanının (A), eş-bölüşüm doğrusu altındaki toplam alana oranı (A+B), Gini katsayısını vermektedir. Bu katsayı 0 ile 1 arasında değişmektedir. Sıfıra yaklaştıkça gelir dağılımının iyileştiği, bire yaklaştıkça gelir dağılımının bozulduğunu ifade etmektedir (Savaşan, 2014: 342-343). Ayrıca Lorenz Eğrisinin, eş-bölüşüm eğrisine yaklaşması gelir dağılımının düzeldiğini göstermektedir (Akalın, 2006: 208).

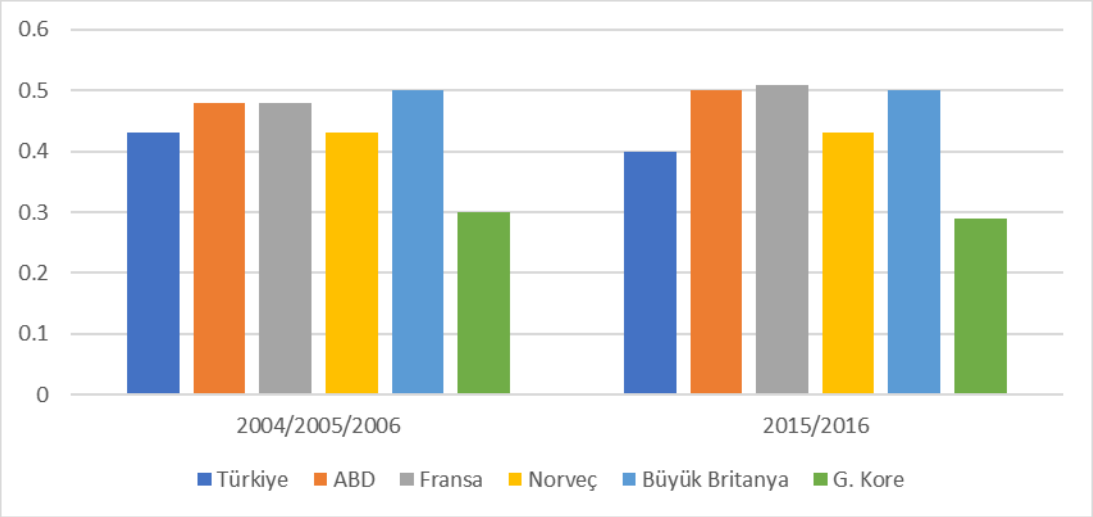
Şekil 1: Lorenz Eğrisi



Kaynak: (Savaşan, 2014: 343).

Grafik 2'de çeşitli ülkelerin Gini katsayıları verilmektedir. Grafikte gösterilen iki dönem arasında gelir dağılımını düzelten iki ülkenin Türkiye ve G. Kore olduğu görülmektedir. İlk dönemde altı ülke içinde gelir dağılımı en bozuk ülkenin Büyük Britanya olduğu görülmektedir. İkinci dönemde ise Fransa'nın gelir dağılımı eşitsizliği konusunda Büyük Britanya'yı geride bıraktığı tespit edilmektedir. Her iki dönemde de Güney Kore'nin gelir dağılımı açısından en adil ülke olduğu saptanmaktadır.

Grafik 2: Çeşitli Ülkelerde Gini Katsayıları



Kaynak: OECD1

3. VERİ SETİ VE UYGULAMA

Çalışmada transfer harcamaları ve Gini katsayısı arasındaki ilişki regresyon analizi ile incelenmektedir. Transfer harcamalarının etkisini daha detaylı inceleyebilmek için alt başlıkları da (faiz ödemeleri, sermaye transferleri, sgk'ya yapılan transferler) çalışmaya dahil edilmektedir. Gini katsayıları bağımlı değişken olarak çalışmada yer almakta iken, transfer harcamaları ve alt başlıkları açıklayıcı değişkenleri oluşturmaktadır. Analiz, 2004-2015

[1] https://stats.oecd.org/index.aspx?queryid=66670 (Erişim Tarihi: 03.08.2018).

yıllarını kapsamaktadır.[2] Gini katsayısı[3] verileri OECD veri tabanından, transfer harcamalarına ilişkin veriler ise Bümko veri tabanından elde edilmektedir. Çalışmada kullanılan değişkenler ve açıklamaları şu şekildedir:

- GINI= Gini katsayısı,
- TTH= Toplam transfer harcamalarının milli gelire oranı,
- SGKH= Sosyal güvenlik kurumuna yapılan transfer harcamalarının milli gelire oranı,
- ST= Sermaye transfer harcamalarının milli gelire oranı,
- FH= Faiz ödemelerinin milli gelire oranı.

Ampirik analizin ilk aşamasında değişkenlerin birim kök testleri yapılmaktadır. ADF ve PP testlerinin sonuçlarına göre, GINI ve SGKH değişkenleri birinci farklarında durağan iken, TTH, ST ve FH değişkenleri seviyesinde durağandır. Regresyon analizinde tüm değişkenlerin durağan halleri kullanılmaktadır.

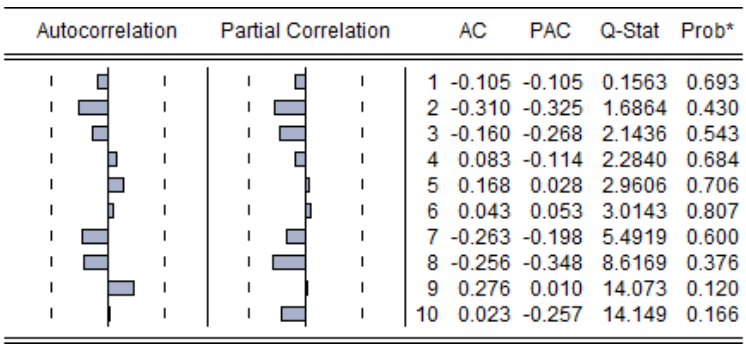
Tablo 1: Birim Kök Testi Sonuçları

Augmented Dickey-Fuller (ADF) Testi		
Değişkenler	t-istatistik değeri	olasılık değeri
GINI	-2.179190	0.2224
ΔGINI	-3.609634	0.0343**
TTH	-3.614234	0.0251**
SGKH	-0.907039	0.7450
ΔSGKH	-2.761503	0.0980***
ST	-3.109675	0.0554***
FH	-3.732615	0.0208**
Philips-Peron (PP) Testi		
Değişkenler	t-istatistik değeri	olasılık değeri
GINI	-2.179190	0.2224**
ΔGINI	-3.253085	0.0471**
TTH	-3.614234	0.0251**
SGKH	-0.907039	0.7450
ΔSGKH	-2.754056	0.0991***
ST	-6.355977	0.0005*
FH	-3.732615	0.0208**

* %1, **%5 ve ***%10'da anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Resresyon modelinin güvenilir sonuçlar vermesi açısından otokorelasyon ve değişen varyans sorunlarının olmaması gerekmektedir. Şekil 2'ye göre, test sonuçlarının güven aralığı içinde kaldığını göstermektedir. Ayrıca Tablo 2'de yer alan Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Testi'de otokorelasyon sorununun olmadığını göstermektedir. Tablo 2'de yer alan White Testi'nin sonuçlarına göre, modelde değişen varyans sorununa rastlanılmamaktadır. Tablo 2'deki modele ilişkin diğer tanısal test sonuçları da incelendiğinde, regresyon analizinin güvenilir olduğu saptanmaktadır.

Şekil 2: Otokorelasyon Test Sonuçları



[2] Analizin kapsadığı dönemin kısa olmasının nedeni, Gini katsayısı verilerinin kısıtlı olmasıdır.

[3] 2005, 2006 ve 2008 yıllarının verileri olmadığı için önceki ve sonraki yılların ortalaması alınarak tamamlanmıştır.

Tablo 2: Tanısal (Diagnostic) Test Sonuçları

	F-ist.	Olasılık
Model	0.726879	0.064801
Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Testi	0.535676	0.6221
Heteroskedasticity Testi: White Testi	0.566662	0.6969
Ramsey Reset Testi	0.026151	0.8779

Yukarıda bahsedilen aşamaların ardından tahmin edilen regresyon analizinin sonuçları aşağıda gösterilmektedir. Parantez içindeki değerler, ilgili değişkenin olasılık değerlerini göstermektedir. Buna göre, TH, SGKH ve FH'nin Gini katsayısı üzerindeki etkileri anlamlıdır ve yorumlanabilir. SH'nin Gini katsayısı üzerindeki etkisi ise istatistiksel olarak anlamsız olduğu için yorumlanamamaktadır.

Model: D(GINI)=-0.0850592397122*TH (0.0457) +0.145472110205*D(SGKH) (0.0100) + 0.0194731897389*ST (0.6816) + 0.07506220213*FH (0.0529) + 0.132030782161

Modelin sonuçlarına göre, toplam transfer harcamalarının %1'lik artışı, Gini katsayısını %0.08 olumsuz etkilemekte, sosyal güvenlik kurumuna yapılan transfer harcamalarının %1'lik artışı, Gini katsayısını %0.14 olumlu etkilemekte, faiz ödemelerinin %1'lik artışı, Gini katsayısını %0.07 olumlu etkilemektedir. Gini katsayısının sıfıra yaklaştıkça olumlu bir durumu ifade ettiği, bire yaklaştıkça ise gelir dağılımının bozulduğu düşünüldüğünde, toplam transfer harcamalarının incelenen dönemde gelir dağılımına olumlu etkisi olduğu görülmektedir. Faiz ödemelerinin ve sosyal güvenlik kurumuna yapılan transfer harcamalarının ise, gelir dağılımı üzerindeki etkisi olumsuzdur. Bu bulgu literatürdeki genel kabul ile örtüşmektedir.

4. SONUÇ

İktisat literatüründe refah ekonomisinin gelişmesi ile gelir dağılımındaki eşitsizliklerin daha detaylı incelendiği görülmektedir. Gelir eşitsizliği sonucunda toplumdaki bireyler ekonomik anlamda sınıflara ayrılabilmektedir. Bu sınıf ayrımının ise tarihte birçok önemli olayın temelini oluşturduğunu söylemek, çok yanlış bir ifade olmayacaktır. Dolayısıyla ekonomik kalkınmayı birincil hedefine koyan devletlerin, gelir dağılımında adaleti de aksatmaması, toplumun geleceği açısından büyük önem arz etmektedir.

Çalışmada, gelir dağılımı eşitsizliğini ölçen Gini katsayısı ile gelir dağılımını doğrudan etkileyen transfer harcamalarının ilişkisi analiz edilmektedir. Ampirik yöntem olarak uygulanan regresyon analizinin neticesinde, borç faiz ödemelerinin ve sosyal güvenlik kurumuna yapılan transfer harcamalarının, Gini katsayısını olumsuz etkilediği, yani gelir dağılımını bozduğu tespit edilmektedir. Bu durum literatürdeki genel kanı ile örtüşmektedir. Dolayısıyla borç faiz ödemelerinin azalması ve sosyal güvenlik kurumunun finans yapısının güçlendirilmesi, gelir eşitsizliğini minimize edecek politikalardır. Toplam transfer harcamalarının ise Gini katsayısını pozitif yönde etkilemesi, Türkiye açısından umut vericidir. Diğer iki değişkenin gelir dağılımını bozmasına karşın toplam transferler harcamalarının gelir dağılımını olumlu etkilemesi, transfer harcamalarının bileşimindeki değişim ile açıklanabilir. Nitekim T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı verilerine göre, gelir dağılımını olumsuz etkileyen borç faiz ödemelerinin transfer harcamaları içindeki payı 2004 yılında %57.4 iken, 2015 yılında %21.5 seviyesine gerilemiştir. Sosyal ve sermaye transfer harcamalarının payı ise giderek artmaktadır.

KAYNAKÇA

Akalın, G. (2006). Kamu Ekonomisi, Hacettepe Üniversitesi Yayınları, Ankara.

Pehlivan, O. (2001). Kamu Maliyesi, Derya Kitabevi, Trabzon.

Sachs, J. D., and Larrain, F. B. (1993). Macroeconomics İn The Global Economy, Englewood Cliffs: Prentice-Hall, c. 778.

Savaşan, F. (2014). Piyasa Başarısızlığından Devletin Başarısızlığına Kamu Ekonomisi (4. Baskı), Dora Basım-Yayın Dağıtım, Bursa.

Stiglitz, J. E. (2015). The Price of Inequality How Today's Divided Society Endangers Our Future, (Çeviren: Ozan İşler, Eşitsizliğin Bedeli Bugünün Bölünmüş Toplumu Geleceğimizi Nasıl Tehlikeye Atıyor?), İletişim Yayınları 2028, Bugünün Kitapları: 168, İstanbul.

Şener, O. (2010). Teori ve Uygulamada Kamu Ekonomisi, (11. Baskı), Beta Yayınevi, İstanbul.

Ulusoy, A. (2013). Devlet Borçlanması (7. Baskı), Aksakal Kitabevi, Trabzon.

Vergi Cehennemi Temelinde OECD Ülkelerinin Ekonomik Performansının Analizi

Araştırma Görevlisi Ersin YAVUZ[1]

[1]Pamukkale Üniversitesi / İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, ersiny@pau.edu.tr

Özet: 20'nci yüzyılın sonlarından itibaren uluslararası ekonomik ilişkilerin önemli ölçüde geliştiği görülmektedir. Bu durum ülkerin uluslararası alanda rekabet edebilme yönünde politikalar geliştirmelerini teşvik etmektedir. Vergi sistemleri ise bu politikalar içinde en önde gelmektedir. Ülkeler daha fazla yatırımcı çekmek ve vergi matrahlarındaki aşınmaları minimize etmek için vergi oranlarını düşürme eğilimine girmişlerdir. Bu eğilim sonucunda bazı ülkelerin neredeyse hiç vergi almaması vergi cenneti kavramını gündeme getirmiştir. Çalışmanın amacı ise vergi cenneti kavramından ziyade vergi oranlarının yüksek olduğu vergi cehennemi ülkelerini, ekonomik performansları yönünden analiz etmektir. OECD ülkelerinin ARAS yöntemi ile incelendiği çalışma, 2003-2017 yıllarını kapsamaktadır. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre, OECD içinde vergi cehennemi olan ilk beş ülke Japonya, Belçika, Danimarka, İsveç ve Hollanda iken, vergi oranları en düşük beş ülke Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Slovakya, Estonya ve Letonya şeklindedir. Ekonomik performans sonuçlarının ise benzer olduğu görülmektedir. Dolayısıyla vergi oranlarının ekonomik değişkenler üzerindeki etkisinin tek başına önemli seviyede olduğu söylenemez. Vergi oranlarının yanı sıra vergi sisteminin yapısı, kayıtdışı ekonomi, vergi bilinci ve kültürü, vergi teşvikleri gibi faktörlerinde ekonomik performansı doğrudan etkileyeceği ileri sürülebilir.

Anahtar Kelimeler: Vergi Cehennemi, OECD, Ekonomik Performans.

Analysis of Economic Performance of OECD Countries Based On Tax Hell

Abstract: Since the late 20th century seems to have developed significantly in international economic relations. This situation encourages countries to develop policies in order to compete internationally. Tax systems are at the forefront of these policies. Countries have tended to reduce tax rates in order to attract more investors and to minimize erosion of tax bases. As a result of this tendency, the fact that some countries receive almost no tax has brought the notion of tax haven to the agenda. The purpose of the study is to analyze the tax hell countries with high tax rates in terms of their economic performance From the notion of tax haven. The study of OECD countries by the ARAS method covers the years 2003-2017. According to the findings of the study, the top five tax hell countries in the OECD are Japan, Belgium, Denmark, Sweden and the Netherlands, while the five countries with the lowest tax rates are Czech Republic, Hungary, Slovakia, Estonia and Latvia. Economic performance results are seen to be similar. Therefore, it can not be said that the effects of tax rates on economic variables alone are at a significant level. In addition to the tax rates, it can be argued that the economic performance will directly affect the structure of the tax system, informal economy, tax awareness and culture, tax incentives.

Keywords: Tax Hell, OECD, Economic Performance.

1. GİRİŞ

Önceki yüzyılın ikinci döneminden itibaren küreselleşme olgusunun öne çıkmasıyla beraber, sermaye başta olmak üzere üretim faktörlerinin hareketliliği üst seviyeye çıkmıştır. Devletler, bu hareketlilikten daha fazla pay alabilmek adına cazip politikalar geliştirmeye başlamışlardır. Politikaların geliştirilmesinde ise birçok enstürman kullanılmaktadır. Bunların başında vergi politikaları gelmektedir.

Küreselleşmeyle beraber vergi mecrasında vergi rekabeti kavramının önem kazanmaya başladığı, ulusal vergi politikalarındaki gücün ise sınırlandığı görülmektedir (Giray, 2005: 93). Vergi rekabeti bağlamında devletlerin temel amacı, uluslararası rekabet gücünü artırarak yabancı yatırımcıları ülkeye çekmektir. Bu amacı gerçekleştirebilmek için vergi oranları, vergi sistemleri ve tarifeleri, vergi mevzuatı, vergisel teşvikler (indirim, muafiyet, istisna vb.) başta olmak üzere birçok araç kullanılmaktadır. Vergisel alandaki bu rekabet ortamının olumlu olduğu kadar olumsuz sonuçları da bulunmaktadır. İlgili ülkedeki yabancı sermayedeki artış ve artan vergi gelirlerinin etkin kullanılması neticesinde kamu harcamalarının verimliliğinin artması olumlu sonuçlara örnek oluştururken, mali bozulma, haksız vergi rekabeti ve adaletsiz vergi yükü dağılımı olumsuz sonuçlara örnek oluşturmaktadır (Öz ve Yaraşır, 2009: 3).

Vergi cenneti kavramı, olumsuz etkiler arasında yer alan haksız vergi rekabeti kapsamında öne çıkmaktadır. Vergi cenneti olarak adlandırılan ülkelerin[1] temel özellikleri, hiç vergi alınmaması veya çok düşük oranda vergi alınması, Bankacılık ve ticari işlemlerde gizlilik, vergi anlaşması yapmaktan kaçınılması, para hareketliliğinde serbestlik, bilgi değişiminin olmaması, işlemlerin şeffaflıktan yoksun oluşu, esas faaliyetlerin ilgili ülkede gerçekleştirilmemesi şeklinde sayılabilir (Pehlivan ve Öz, 2011: 105-109). Özellikle uluslararası firmalar yüksek oranın uygulandığı ülkedeki vergi yüklerini düşük oranların uygulandığı vergi cennetleri ülkelerine kaydırarak, kendi vergi yüklerini minimize etmekte, ilgili ülkedeki vergi matrahını ise aşındırmaktadır (Desai et al., 2006: 513).

Çalışmanın odak noktasını ise vergi cennetlerinin zıttı olarak düşünülen yani vergi oranları yüksek olan vergi cehennemleri oluşturmaktadır. Vergi cennetleri sayılırken temel kriter olan vergi oranlarının, tek başına ekonomik performans açısından etkili olup olmadığı, çalışmadaki ampirik analizin temel sorusudur.

2. OECD ÜLKELERİNDE VERGİ ORANLARI

Ülkelerdeki vergi sistemleri değişmekle beraber, genellikle vergiler gelir, servet ve harcamalar üzerinden alınmaktadır. Harcamalar üzerinden alınan vergiler dolaylı vergileri, gelir ve servet üzerinden alınan vergiler dolaysız vergileri ifade etmektedir. Ülkelerdeki vergi sistemlerinin ve vergi oranlarının birbirinden farklı olması, analiz yapmak için çeşitli kısıtlamaları zorunlu kılmaktadır. Bu kapsamda, analizde gelir vergisi ve kurumlar vergisi oranları incelenecektir. Kurumlar vergisi istisnası olsa da genellikle tek oranlı olarak uygulanmaktadır. Gelir vergisi ise uygulandığı ülkedeki tarife yapısına bağlı olarak genellikle artan oranlı olarak uygulanmaktadır. Analizde tüm oranların değerlendirilmeye alınmasının güçlüğü göz önünde bulundurulduğundan, gelir ve kurumlar vergisinin en üst dilimindeki oranlar dikkate alınmaktadır. Tablo 1'de, OECD ülkelerinin gelir ve kurumlar vergilerinin üst dilim oranları yer almaktadır. Oranlar 2003-2017 yılları arasındaki ortalamaları ifade etmektedir. Ortalama alınmasının nedeni, sadece bir yılın etkilerini görmekten ziyade bir dönemin etkilerini incelemektir. Tabloya göre, incelenen dönemde vergi cehennemi olarak adlandırabilecek ülkelerin başında %44.7'lik oranıyla Japonya gelmektedir. Ardından Belçika, Danimarka, İsveç ve Hollanda gelmektedir. Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Slovakya, Estonya ve Letonya ise OECD ülkeleri içinde incelenen dönemde vergi cenneti olarak kategorize edilebilir. Türkiye'nin 35 ülke içinde 27'nci sırada olduğu görülmektedir.

Tablo 1: OECD Ülkelerinin KV ve GV Oranlarının Ortalaması (2003-2017)

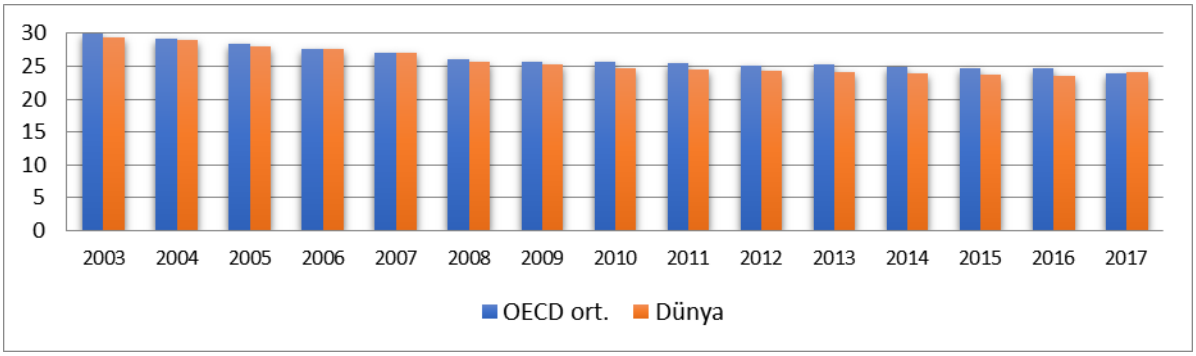
Sıra	Ülkeler	KV*	GV*	OVO*	Sıra	Ülkeler	KV*	GV*	OVO*
1	Japonya	38.4	51.0	44.7	19	Portekiz	24.6	44.5	34.5
2	Belçika	34.0	50.0	42.0	20	Slovenya**	21.4	45.5	33.5
3	Danimarka	25.4	57.6	41.5	21	Yeni Zelanda	30.1	35.9	33.0
4	İsveç	25.5	56.8	41.2	22	G. Kore	25.5	36.5	31.0
5	Hollanda	27.0	52.0	39.5	23	Meksika	30.0	31.0	30.5
6	Almanya	32.6	44.8	38.7	24	Kanada	31.0	29.5	30.3
7	Avusturya	26.2	50.7	38.4	25	İsviçre	19.7	40.1	29.9
8	İspanya	30.7	46.0	38.4	26	Şili	19.2	39.7	29.4
9	Norveç	27.4	48.9	38.1	27	Türkiye	22.2	36.0	29.1
10	İsrail	27.8	48.4	38.1	28	İzlanda	18.5	39.4	29.0
11	İtalya	32.9	43.3	38.1	29	İrlanda	12.5	45.3	28.9
12	Finlandiya	24.6	51.3	38.0	30	Polonya	19.5	35.9	27.7
13	ABD	39.2	36.5	37.9	31	Çek Cum.	21.7	23.0	22.4
14	Avustralya	30.0	45.5	37.8	32	Macaristan	17.1	26.8	21.9
15	Fransa	33.5	41.0	37.3	33	Slovakya	20.4	22.3	21.3
16	Lüksemburg	29.3	41.0	35.1	34	Estonya***	21.9	20.7	21.3
17	Bir. Krallık	25.9	43.7	34.8	35	Letonya	15.3	24.4	19.8
18	Yunanistan	27.3	42.1	34.7					

[1] Bahama, Cayman Adaları, Panama, Uruguay, Bahreyn, Dubai, Singapur, Kıbrıs, Lüksemburg, Malta, Monako, İsviçre, Hollanda, Hong Kong, Maldivler, Andora, Isle of Man, Grenada, Turks ve Caicos Adaları vergi cenneti ülkelerine örnek olarak verilebilir (Michiel et al., 2006: 81).

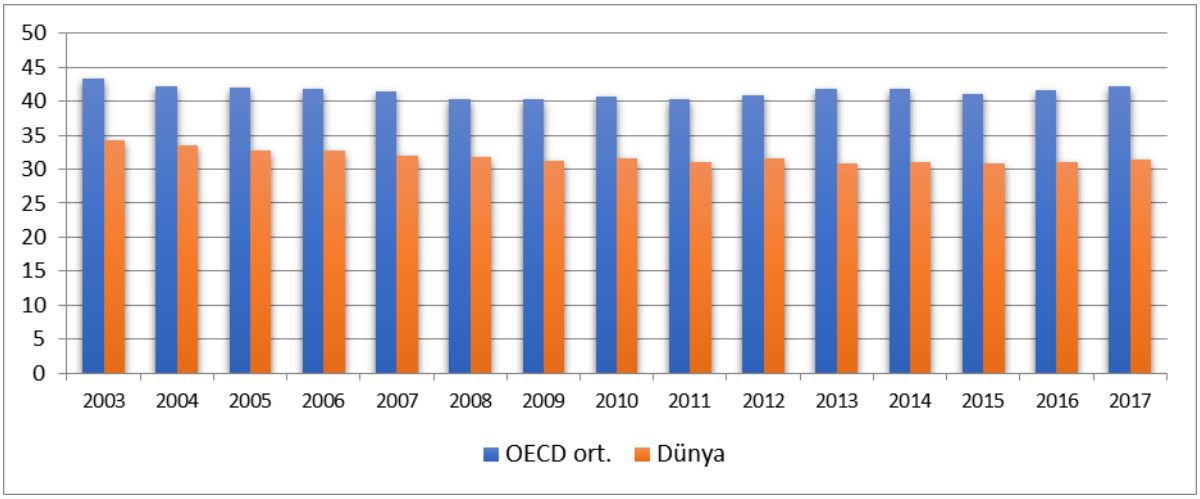
Kaynak: kpmg[2] *GV: Gelir Vergisinin üst dilim oranını, KV: Kurumlar Vergisi oranını, OVO: GV ile KV oranlarının ortalamasını ifade etmektedir.**2006-2017 yıllarının ortalaması alınmıştır. ***2008-2017 yıllarının ortalaması alınmıştır.

Grafik 1'de, 2003-2017 yılları arasında OECD ülkeleri ve dünya ortalamaları bazında kurumlar vergisi oranlarının gelişimi gösterilmektedir. Hem OECD ülkelerinde hem de dünya ortalamasında kurumlar vergisi oranlarının %30 seviyelerinden %25 seviyesinin altına indiği görülmektedir. Bu durum, daha fazla yabancı sermaye çekmek isteyen ülkelerin uyguladıkları vergi politikalarının bir yansıması olarak görülebilir. Nitekim sermaye mobilitesinin bu denli yüksek olduğu bir dönemde, kurumlar vergisi oranlarının düşürülmesi büyük önem arz etmektedir. İlerleyen yıllarda bu trendin devam edeceği öngörülmektedir. Grafik 2'de ise aynı döneme ait gelir vergisi üst dilim oranları gösterilmektedir. Gelir vergisindeki oranların, kurumlar vergisindeki trendin aksine aynı seviyelerde seyrettiği görülmektedir. Bu durum, üretim faktörleri içerisinde mobilitesi en düşük seviyede olan emek faktörünün vergilendirilmesi ile açıklanabilir. Çünkü emek faktörü açısından ülkelerin vergi rekabeti seviyesi, sermaye faktörü kadar üst seviyede değildir. Bir diğer dikkat çeken nokta, kurumlar vergisinde OECD ülkeleri ortalamasının dünya ortalamasına çok yakın olmasına karşın, gelir vergisi oranlarında OECD ülkelerinin dünya ortalamasının yaklaşık %10 üzerinde olduğu tespit edilmektedir.

Grafik 1: Kurumlar Vergisi Oranları



Grafik 2: Gelir Vergisi Üst Dilim Oranları



3. VERİ SETİ VE METODOLOJİ

Daha önce vergi oranlarına göre kategorize edilen OECD ülkelerinin ekonomik performansı analiz edilirken dört değişken kullanılmaktadır. 2003-2017 yıllarının ortalaması alınarak elde edilen değişkenler IMF - World Economic Outlook Databases veri havuzundan elde edilmiştir. Değişkenler şu şekildedir:

2 Gelir Vergisi oranları için https://home.kpmg.com/xx/en/home/services/tax/tax-tools-and-resources/tax-rates-online/individual-income-tax-rates-table.html (Erişim Tarihi: 30.07.2018).

Kurumlar Vergisi oranları için https://home.kpmg.com/xx/en/home/services/tax/tax-tools-and-resources/tax-rates-online/corporate-tax-rates-table.html (Erişim Tarihi: 30.07.2018).

- GSYH: Büyüme oranı,
- KBGSYH: Kişi başına düşen milli gelir (dolar bazında),
- Enf: Enflasyon oranı,
- İşs: İşsizlik oranı.

OECD ülkelerinin ekonomik performansı çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan ARAS[3] (Additive Ratio Assesement) yöntemi ile analiz edilmektedir. Yöntem Turskis ve Zavadskas tarafından geliştirilmiştir Diğer çok kriterli yöntemlerinden farklı olarak bu analiz yapılırken değişkenlere ek olarak ideal değer eklenmektedir. Sıralama yapılırken ideal değere en yakın değerden başlanmaktadır (Zavadskas ve Turskis, 2010).

ARAS yöntemi 6 adımdan oluşmaktadır (Stanujkic ve Jovanovic, 2012: 547-550):

İlk adım: Karar matrisi (1) oluşturulmaktadır. X_{ij} (i) alternatifin (j) kriterdeki performans değerini; X_{0j} ise (j) kriterin ideal değerini göstermektedir.

$$\begin{bmatrix} x_{01} & \dots & x_{0j} & \dots & x_{0n} & \dots \\ x_{i1} & \dots & x_{ij} & \dots & x_{in} & \dots \\ x_{m1} & \dots & x_{mj} & \dots & x_{mn} & \dots \end{bmatrix}; \; i=0,1,\dots,m \quad j=0,1,\dots,n \qquad (1)$$

İkinci adım: Formül (2) ve (3) yardımı ile normalize karar matrisi oluşturulmaktadır. Değişkenler minimum ve maksimum olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. (i) alternatifin (j) kriter bakımından normalize edilen değeri minimum ve maksimum değerler çerçevesinde r_{ij} şeklinde ifade edilmektedir.

$$r_{ij}=\begin{cases} \dfrac{x_{ij}}{\sum_{i=0}^{m} x_{ij}}; & j \in \Omega \max \\ \dfrac{1/x_{ij}}{\sum_{i=0}^{m} 1/x_{ij}}; & j \in \Omega \min \end{cases} \qquad (2) \text{ ve } (3)$$

Üçüncü adım: Eşitlik (4) yardımı ile ağırlıklı normalize karar matrisi oluşturulmaktadır. (i) alternatifin (j) kriteri bakımından ağırlıklı normalize edilen değeri v_{ij} ile ifade edilmektedir.

$v_{ij}= w_j . r_{ij}$; i=1,2,….,m
(4)

Dördüncü adım: Eşitlik (5) yardımıyla tüm alternatifler için performans endeksleri oluşturulmaktadır.

$$S_i=\sum_{j=1}^{n} v_{ij} \; ; \; i=0,1,\dots,m$$
(5)

Beşinci adım: eşitlik (6) yardımıyla tüm alternatiflerin fayda değerleri oluşturulmaktadır.

$$Q_i=\frac{S_i}{S_o} \; ; \; i=,1,2\dots,m$$
(6)

Altıncı adım: Tüm alternatifler ideal değer olan bire en yakın değerden başlamak üzere sıralanmaktadır.

4. UYGULAMA VE BULGULAR

[3] Literatürde çok kriterli karar verme yöntemlerinin ülke karşılaştırmalarında kullanılmasına ilişkin birçok çalışma bulunmaktadır. Bunlardan bazıları şu şekildedir: Kılıç, 2005 (AB ve Aday Ülkeler – Elektre Tri Yöntemi); Özden, 2011 (AB ve Aday Ülkeler – TOPSIS Yöntemi); Demir ve Bakırcı, 2014 (OECD Ülkeleri – Veri Zarflama Analizi); Gupta and Verhoeven, 2001 (37 Afrika Ülkesi - Serbest Atılabilir Zarf Modeli); Afonso et. al., 2005 (23 Ülke – Veri Zarflama Analizi); Chan and Karim, 2012 (Doğu Asya Ülkeleri – Veri Zarflama Analizi).

OECD ülkelerinin dört ekonomik değişkeni, ARAS yönteminin altı aşaması kapsamında analiz edilmektedir. GSYH ve KBGSYH değişkenleri maksimum olarak alınırken, ENF ve İSŞ değişkenleri minimum olarak alınmaktadır. Tablo 2'de, çalışmanın veri setini oluşturan karar matrisi yer almaktadır.

Tablo 2: Karar Matrisi

Ülkeler	GSYH	KBGSYH	ENF	İŞS	Ülkeler	GSYH	KBGSYH	ENF	İŞS
ABD	1.9	49698.93	2.08	6.37	İtalya	0.05	34057.87	1.7	9.23
Almanya	1.34	41724.21	1.5	7.04	İzlanda	3.2	51645.83	4.8	4.34
Avustralya	2.84	50047.37	2.47	5.33	Japonya	0.93	39545.48	0.25	4.16
Avusturya	1.5	45411.24	1.91	5.2	Kanada	1.97	43709.91	1.74	7.03
Belçika	1.46	42591.65	1.95	7.95	Letonya	3.46	12237.16	4.02	11.57
Bir. Krallık	1.65	42164.76	2.25	6.08	Lüksemburg	2.82	101260.4	2.13	5.32
Çek Cum.	2.87	17896.83	2.05	6.23	Macaristan	1.89	12865.4	3.7	7.96
Danimarka	1.1	55713.91	1.55	5.81	Meksika	2.34	9221.07	4.17	4.26
Estonya	3.24	15447.31	3.42	8.78	Norveç	1.6	81196.41	1.9	3.72
Finlandiya	1.23	45158.39	1.56	8.24	Polonya	3.91	11519.78	2.08	10.82
Fransa	1.14	40556.16	1.48	9.22	Portekiz	0.32	20920.89	1.61	10.3
G. Kore	3.56	22679.08	2.42	3.49	Şili	3.89	11669.59	3.28	7.72
Hollanda	1.36	47874.48	1.45	5.47	Slovakya	4.08	14835.07	2.61	13.18
İrlanda	4.74	54805.87	1.03	9.33	Slovenya	2.05	22110.75	2.1	7.25
İspanya	1.41	28900.76	1.92	16.86	Türkiye	5.79	9649.33	9.2	10.01
İsrail	3.8	29823.53	1.33	8.19	Yeni Zel.	2.75	33647.16	2.06	4.98
İsveç	2.28	51017.16	1.4	7.37	Yunanistan	-0.52	23469.45	1.77	16.27
İsviçre	1.84	72385.86	0.34	3.26	İdeal Değer	5.79	101260.4	0.25	3.26

Tablo 3'te karar matrisindeki değerler maksimum ve minimum kriterleri de baz alınarak normalize edilmektedir. Tablo 4'te normalize edilen değerler, ağırlıklandırılmaktadır. Ağırlıklandırma yapılırken sübjektif yani uzman görüşü veya objektif yöntemlerinden biri tercih edilebilir. Çalışmada objektif ağırlıklandırma yöntemi tercih edilmektedir. Bu bağlamda dört değişken olmasından dolayı, her bir değişken 0.25 (1/4) ile çarpılmaktadır.

Tablo 3: Normalize Karar Matrisi

Ülkeler	GSYH	KBGSYH	ENF	İŞS	Ülkeler	GSYH	KBGSYH	ENF	İŞS
ABD	0.022	0.036	0.018	0.028	İtalya	0.001	0.025	0.022	0.019
Almanya	0.016	0.030	0.024	0.025	İzlanda	0.037	0.037	0.008	0.041
Avustralya	0.033	0.036	0.015	0.033	Japonya	0.011	0.028	0.146	0.042
Avusturya	0.018	0.033	0.019	0.034	Kanada	0.023	0.031	0.021	0.025
Belçika	0.017	0.031	0.019	0.022	Letonya	0.040	0.009	0.009	0.015
Bir. Krallık	0.019	0.030	0.016	0.029	Lüksemburg	0.033	0.073	0.017	0.033
Çek Cum.	0.034	0.013	0.018	0.028	Macaristan	0.022	0.009	0.010	0.022
Danimarka	0.013	0.040	0.024	0.030	Meksika	0.027	0.007	0.009	0.041
Estonya	0.038	0.011	0.011	0.020	Norveç	0.019	0.058	0.019	0.047
Finlandiya	0.014	0.033	0.023	0.021	Polonya	0.046	0.008	0.018	0.016
Fransa	0.013	0.029	0.025	0.019	Portekiz	0.004	0.015	0.023	0.017
G. Kore	0.042	0.016	0.015	0.051	Şili	0.045	0.008	0.011	0.023
Hollanda	0.016	0.034	0.025	0.032	Slovakya	0.048	0.011	0.014	0.013
İrlanda	0.055	0.039	0.036	0.019	Slovenya	0.024	0.016	0.017	0.024
İspanya	0.016	0.021	0.019	0.010	Türkiye	0.068	0.007	0.004	0.018
İsrail	0.044	0.021	0.028	0.022	Yeni Zel.	0.032	0.024	0.018	0.035
İsveç	0.027	0.037	0.026	0.024	Yunanistan	-0.006	0.017	0.021	0.011
İsviçre	0.022	0.052	0.108	0.054	İdeal Değer	0.068	0.073	0.146	0.054

Tablo 4: Ağırlıklandırılmış Normalize Karar Matrisi

Ülkeler	GSYH	KBGSYH	ENF	İŞS	Ülkeler	GSYH	KBGSYH	ENF	İŞS
ABD	0.006	0.009	0.004	0.007	İtalya	0.000	0.006	0.005	0.005
Almanya	0.004	0.008	0.006	0.006	İzlanda	0.009	0.009	0.002	0.010
Avustralya	0.008	0.009	0.004	0.008	Japonya	0.003	0.007	0.037	0.011

Avusturya	0.004	0.008	0.005	0.008	Kanada	0.006	0.008	0.005	0.006
Belçika	0.004	0.008	0.005	0.006	Letonya	0.010	0.002	0.002	0.004
Bir. Krallık	0.005	0.008	0.004	0.007	Lüksemburg	0.008	0.018	0.004	0.008
Çek Cum.	0.008	0.003	0.004	0.007	Macaristan	0.006	0.002	0.002	0.006
Danimarka	0.003	0.010	0.006	0.008	Meksika	0.007	0.002	0.002	0.010
Estonya	0.009	0.003	0.003	0.005	Norveç	0.005	0.015	0.005	0.012
Finlandiya	0.004	0.008	0.006	0.005	Polonya	0.011	0.002	0.004	0.004
Fransa	0.003	0.007	0.006	0.005	Portekiz	0.001	0.004	0.006	0.004
G. Kore	0.010	0.004	0.004	0.013	Şili	0.011	0.002	0.003	0.006
Hollanda	0.004	0.009	0.006	0.008	Slovakya	0.012	0.003	0.004	0.003
İrlanda	0.014	0.010	0.009	0.005	Slovenya	0.006	0.004	0.004	0.006
İspanya	0.004	0.005	0.005	0.003	Türkiye	0.017	0.002	0.001	0.004
İsrail	0.011	0.005	0.007	0.005	Yeni Zel.	0.008	0.006	0.004	0.009
İsveç	0.007	0.009	0.007	0.006	Yunanistan	-0.002	0.004	0.005	0.003
İsviçre	0.005	0.013	0.027	0.014	İdeal Değer	0.017	0.018	0.037	0.014

Tablo 5'te ülkelerin değişken değerlerinin yatay toplamını ifade eden performans endeksleri gösterilmektedir. İdeal değerin en yüksek seviyede olması, analizin güvenirliğine işaret etmektedir. Tablo 6'da ise son aşamada yani fayda değerleri endeksi yer almaktadır. Ayrıca fayda değerleri kapsamında ülkeler, performans değerlerine göre sıralanmaktadır. Bu sıralamada ideal değerin 1 çıkması gerekmektedir. Aksi halde çıkması, işlemlerde hata yapıldığını göstermektedir. Analizin neticesinde ideal değerin 1 olduğu görülmektedir. OECD ülkeleri içinde ilgili dönemde ekonomik performansı en yüksek beş ülke İsviçre, Japonya, Lüksemburg, İrlanda ve Norveç iken, İspanya, İtalya, Macaristan, Portekiz ve Yunanistan performansı en düşük beş ülkeyi oluşturmaktadır.

Tablo 5: Performans Endeksleri

Ülkeler	**Si**	**Ülkeler**	**Si**
ABD	0.025814	İtalya	0.016433
Almanya	0.023785	İzlanda	0.030706
Avustralya	0.029278	Japonya	0.057022
Avusturya	0.025822	Kanada	0.02515
Belçika	0.022167	Letonya	0.018395
Bir. Krallık	0.023725	Lüksemburg	0.039046
Çek Cum.	0.023142	Macaristan	0.015846
Danimarka	0.02673	Meksika	0.021035
Estonya	0.01994	Norveç	0.035953
Finlandiya	0.022935	Polonya	0.021967
Fransa	0.021592	Portekiz	0.014662
G. Kore	0.03089	Şili	0.021962
Hollanda	0.026957	Slovakya	0.021438
İrlanda	0.037318	Slovenya	0.020404
İspanya	0.0167	Türkiye	0.024048
İsrail	0.028729	Yeni Zel.	0.027381
İsveç	0.028359	Yunanistan	0.010583
İsviçre	0.058831	İdeal Değer	0.085254

Tablo 6: Fayda Değerleri Endeksi

Sıra	**Ülkeler**	**Endeks**	**Sıra**	**Ülkeler**	**Endeks**
*	İdeal Değer	1	**18**	Almanya (6)	0.278984
1	İsviçre (25)	0.690066	**19**	Bir. Krallık (17)	0.278285
2	Japonya (1)	0.668848	**20**	Çek Cum. (31)	0.271451
3	Lüksemburg (16)	0.457995	**21**	Finlandiya (12)	0.269022
4	İrlanda (29)	0.437729	**22**	Belçika (2)	0.260014
5	Norveç (9)	0.421715	**23**	Polonya (30)	0.257666
6	G. Kore (22)	0.362333	**24**	Şili (26)	0.257608

7	İzlanda (28)	0.360169	**25**	Fransa (15)	0.25327
8	Avustralya (14)	0.343422	**26**	Slovakya (33)	0.251461
9	İsrail (10)	0.33698	**27**	Meksika (23)	0.246731
10	İsveç (4)	0.332638	**28**	Slovenya (20)	0.239331
11	Yeni Zelanda (21)	0.32117	**29**	Estonya (34)	0.23389
12	Hollanda (5)	0.316199	**30**	Letonya (35)	0.215769
13	Danimarka (3)	0.313539	**31**	İspanya (8)	0.195888
14	Avusturya (7)	0.302879	**32**	İtalya (11)	0.192756
15	ABD (13)	0.302788	**33**	Macaristan (32)	0.18587
16	Kanada (24)	0.295002	**34**	Portekiz (19)	0.171978
17	Türkiye (27)	0.282076	**35**	Yunanistan (18)	0.124136

Tablo 6'da ülkelerin yanındaki parantez içindeki değerler, vergi oranları açısından kaçıncı olduklarını göstermektedir. Vergi cennetleri açısından İsviçre, İrlanda, G. Kore ve İzlanda'nın üst sıralarda olması beklenen bir durumdur. Fakat Japonya, Norveç ve İsveç'in vergi oranlarının yüksek olmasına rağmen ekonomik performanslarının üst sıralarda olması çalışmanın dikkat çeken sonucudur. Ekonomik performansı en kötü beş ülkenin içinde, Avrupa ülkeleri arasında sorunlu ülkeleri ifade eden PIIGS (Portekiz, İrlanda, İtalya, Yunanistan ve İspanya) ülkelerinin dört tanesinin yer alması, analizin güvenirliğini artırmaktadır. Diğer yandan son sıralarda yer alan ülkelerin İspanya hariç genellikle vergi oranlarının düşük olması, beklenen bir durum değildir. Özetle, vergi cenneti veya cehennemi olarak adlandırabileceğimiz ülkelerdeki vergi oranlarının tek başına ekonomik performansı etkilediğini ifade etmek için güçlü delillerin oluşmadığı saptanmaktadır. Türkiye'nin ise vergi oranları sıralamasında 27, ekonomik performans sıralamasında 17 olduğu görülmektedir.

5. SONUÇ

Türkiye'nin de 1980 sonrası entegre olmaya başladığı küreselleşme süreciyle beraber, uluslararası rekabet kavramı ülkeler açısından önem kazanmaya başlamıştır. Başta teknoloji ve katma değeri yüksek ürünleri üretebilecek doğrudan yabancı yatırımları kendisine çekmek isteyen ülkeler, vergi politikalarını bu kapsamda düzenlemektedirler. Özellikle kurumlar vergisi başta olmak üzere, sermaye mobilitesini etkileyen birçok vergi oranında gerileme olduğu saptanmaktadır. Ayrıca muafiyet, istisna ve indirim gibi vergisel teşviklerin kapsamının genişletilmesi de bu kapsamda değerlendirilebilir.

Çalışma vergi cehennemleri odağında, sadece vergi oranları üzerinden ekonomik performansı ölçmeyi hedeflemektedir. Vergi oranlarının düşük olması, vergi cenneti ülkelerindeki özelliklerden sadece bir tanesidir. Fakat şeffaflığın olmayışı, esas faaliyetin ilgili ülkede olmayışı, vergisel teşvikler gibi faktörlerin analize dahil edilememesi, çalışmanın sadece oranlar üzerinden gerçeklemesini zorunlu kılmaktadır.

OECD ülkeleri içinde vergi cehennemi ülkelerin genelde gelişmiş ülke olmaları ve analiz sonucunda da üst sıralarda yer almaları, vergi oranlarının ekonomik performans üzerinde tek başına etkili olmadığını göstermektedir. Diğer yandan OECD ülkeleri içindeki vergi cenneti ülkelerin genelde gelişmekte olan ülkelerin olması (genellikle Doğu Avrupa Ülkeleri) ve ekonomik performanslarının düşük olması, önceki cümlede bahsedilen tez ile örtüşmektedir.

Vergi oranlarının yüksek olmasına rağmen ekonomik performans nasıl yüksek olabilir? Veya tam tersi, vergi oranları düşük olmasına rağmen ekonomik performans nasıl düşük olabilir? Neden doğrudan yabancı yatırım vergi oranları daha yüksek olan ülkelere yönelir? Bu ve benzeri soruların cevapları şu şekilde açıklanabilir: Ülkelerin ekonomik ve politik istikrar seviyeleri, ülkelerin risk algılarının düşük olması, ülkelerin demokratikleşme seviyeleri, yönetişim faktörlerinin etkinliği, vergi oranlarının yanı sıra çeşitli vergisel teşviklerin uygulanması, kayıt dışı ekonominin boyutu, vergi tarifelerinin dilim yapısı ve esnekliği, vergi tabanının büyüklüğü, dolaylı veya dolaysız vergilerin ağırlığı, menkul sermaye iradına uygulanan vergi oranları gibi faktörler ekonomik performansı doğrudan etkileyebilecek etkenlerdir.

KAYNAKÇA

Afonso, A., Schuknecht, L., and Tanzi, V. (2005). "Public Sector Efficiency: An International Comparison", Public Choice, Vol: 123(3-4), pp. 321-347.

Chan, S., and Karim, M. Z. A. (2012). "Public Spending Efficiency and Political and Economic Factors: Evidence From Selected East Asian Countries", Economic Annals, Vol: 57(193), pp. 7-23.

Demir, A. ve Bakırcı, F. (2014). "OECD Üyesi Ülkelerin Ekonomik Etkinliklerinin Veri Zarflama Analiziyle Ölçümü", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Sayı: 28(2).

Desai, M. A., Foley, C. F., and Hines Jr, J. R. (2006). "The Demand for Tax Haven Operations", Journal of Public Economics, Vol: 90(3), pp. 513-531.

Giray, F. (2005). "Küreselleşme Sürecinde Vergi Rekabeti ve Boyutları", Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, Sayı: 9, ss. 93-122.

Gupta, S., and Verhoeven, M. (2001). "The Efficiency of Government Expenditure: Experiences from Africa", Journal of Policy Modeling, Vol: 23(4), pp. 433-467.

Kılıç, S.B. (2005). "Avrupa Birliğine Üye ve Aday Ülkelerin Bazı Temel Makro Ekonomik Kriterlere Göre Sınıflandırılması: Çok Kriterli Karar Alma Analizine Dayalı Bir Modelin Tahmini", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 14(2).

Michiel, V. D., Francis, W., and Richard, M. (2006). The Netherlands: A Tax Haven?, Stichting Onderzoek Multinationale Ondernemingen (SOMO), Amsterdam.

Öz, E., ve Yaraşır, S. (2009). "Global Bir Kavram: Vergi Rekabeti", Maliye Araştırma Merkezi Konferansları, Sayı: 52, ss. 1-39.

Özden, Ü.H. (2011), "TOPSIS Yöntemi ile Avrupa Birliğine Üye ve Aday Ülkelerin Ekonomik Göstergelere Göre Sıralanması", Trakya University Journal of Social Science, Vol: 13(2).

Pehlivan, O., ve Öz, E. (2011). Uluslararası Vergilendirme, Derya Kitabevi, Trabzon.

Stanujkic, D., and Jovanovic, R. (2012), "Measuring A Quality of Faculty Website Using ARAS Method", Contemporary Issues In Business, Management and Education, pp. 545-554.

Zavadskas, E. K., and Turskis, Z. (2010), "A New Additive Ratio Assessment (ARAS) Method in Multicriteria Decision-Making", Technological and Economic Development of Economy, Vol: 16(2), pp. 159-172.

Enflasyon ve İşsizlik Arasındaki İlişkinin Phillips Eğrisi Perspektifinden Ampirik Analizi: Türkiye Üzerine Kanıtlar

Araştırma Görevlisi Ersin YAVUZ[1] **Nedim MERCAN[2]**

[1]Pamukkale Üniversitesi / İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, ersiny@pau.edu.tr

[2]Pamukkale Üniversitesi / İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, Doktora Öğrencisi, nmercan10@posta.pau.edu.tr

Özet: İşsizlik ve enflasyon değişkenleri, toplumu yakından ilgilendiren en önemli iki ekonomik göstergeyi ifade etmektedir. Phillips, yaptığı çalışmada, enflasyon ile işsizlik arasında negatif bir ilişkinin olduğunu ileri sürmektedir. 1970'li yıllarda yaşanan stagflasyon ile Phillips eğirisi, popülerliliğini büyük oranda yitirmiştir. Bu kapsamda, literatürde bu iki değişken arasındaki ilişki birçok ülke açısından ampirik yöntemlerle incelenmeye devam etmektedir. Çalışmanın amacı, Türkiye'de enflasyon ile işsizlik arasındaki ilişkiyi ampirik olarak analiz etmek ve elde edilen bulgular ışığında politika önerileri sunmaktır. Veriler 1980-2017 yıllarını kapsamaktadır. Çalışmada, ampirik yöntem olarak ARDL eş-bütünleşme testi uygulanmaktadır. Analizden elde edilen sonuçlar, enflasyon ve işsizliğin eş-bütünleşik olduğunu göstermektedir. Uzun dönem katsayılarına göre, enflasyonun %1 artışı, işsizliği %0.03 azaltmaktadır. Ayrıca, kısa dönemde değişkenlerde meydana gelen bir şoka, diğer değişkenin iki dönemde tepki verdiği saptanmaktadır. Özetle, Türkiye'de incelenen dönemde, Phillips eğrisinin geçerli olduğu söylenebilir. Bu bağlamda, işsizliğin azalabilmesi için enflasyon oranının yükselmesi gerektiği görülmektedir. Ancak son yıllarda tırmanmaya başlayan enflayon oranları düşünüldüğünde, işsizliğin yapısal çözümler çerçevesinde ele alınması gerekmektedir. Eğitim sistemi, kurumlara yönelik teşvikler, ücretliler üzerindeki vergi yükü, kayıtdışı ekonomi ile mücadele, bölgeler arası eşitsizliğin giderilmesine yönelik politikalar, yapısal çözümler kapsamında değerlendirilebilir. Bunların yanı sıra ılımlı bir enflasyon artışının da, işsizlik üzerinde olumlu etki oluşturabileceği ifade edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Phillips Eğrisi, İşsizlik, Enflasyon

Empirical Analysis of the Relationship Between Inflation and Unemployment from the Phillips Curve Perspective: Evidence on Turkey

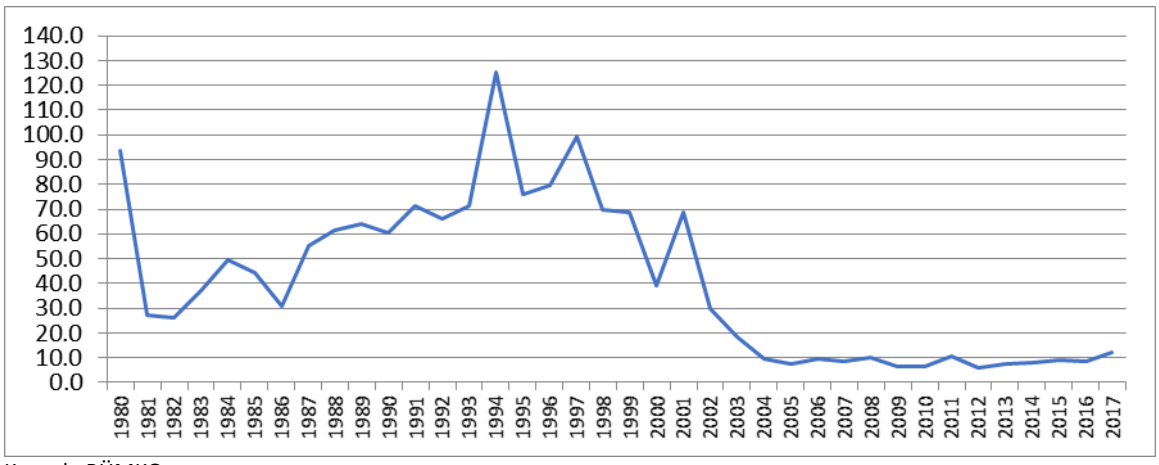
Abstract: Unemployment and inflation variables represent the two most important economic indicators closely related to the society. In his work, Phillips argues that there is a negative relationship between inflation and unemployment. With the stagflation that took place in the 1970s, the Phillips curve has lost much of its popularity. In this context, the relationship between these two variables in the literature continues to be examined by empirical methods in many countries. The aim of this study was to analyze the empirical relationship between unemployment and inflation in Turkey and to provide policy recommendations in the light of the findings obtained. The data cover the years 1980-2017. In this paper, ARDL cointegration test is applied as empirical method. The results of the analysis show that inflation and unemployment are co-integrated. According to the long-term coefficients, 1% increase in inflation, reduce unemployment is 0.03%. In addition, a variable occurring in the short-term shock, other variables are determined to react in two periods. In sum, in the period studied in Turkey, said that the validity of the Phillips curve. In this context, it seems that the inflation rate should increase in order to decrease unemployment. However, considering the rates of inflatables that have started climbing in recent years, unemployment needs to be addressed within the framework of structural solutions. Educational system, incentives for institutions, tax burden on wage earners, struggle against informal economy, policies for eliminating interregional disparity can be evaluated within the scope of structural solutions. Besides these, moderate increase in inflation can also be said to have a positive effect on unemployment.

Keywords: Phillips Curve, Unemployment, Inflation

1. GİRİŞ

Geçmişten günümüze her zaman çözüm üretilmeye çalışılan iki önemli değişkeni ifade eden işsizlik ve enflasyon oranları, Türkiye açısından da genelde sorun teşkil etmektedir. Özellikle ekonomik ve siyasi krizlerin yoğun yaşandığı 1990'lı yıllarda, kronikleşen bir enflasyon sorunsalı yaşanmıştır. Daha sonra 2003 yılından itibaren mali disiplin uygulanmasıyla beraber tek haneli rakamlara inen enflasyonun, son dönemde özellikle kur artışının girdi maliyetlerini yükseltmesi neticesinde yeniden yükselişe geçtiği görülmektedir. Son yıllardaki önemli düşüşe rağmen, Grafik1'de yer alan yılların enflasyon ortalaması, yaklaşık %41'dir.

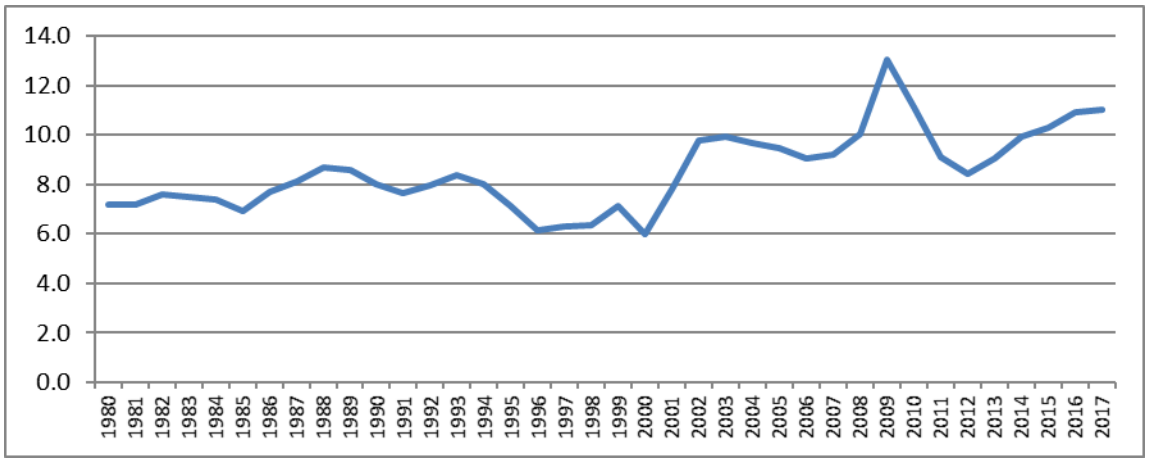
Grafik 1: Türkiye'de Enflasyon Oranları (1980-2017)



Kaynak: BÜMKO

İşsizlik ise son yıllarda hafif yükseliş gösterse de, genelde %10 seviyesinde seyretmektedir. Grafik 2'de enflasyonun aksine işsizliğin 1980'den günümüze arttığı görülmektedir. Enflasyon ve işsizlik grafiklerine bir bütün olarak bakıldığında, genel olarak ters yönlü hareket ettikleri görülmektedir. 2000 yılından sonra enflasyonun düşmesi, işsizliğin ise artması, ters yönlü ilişkiye işaret etmektedir. Ancak bu ilişkinin ampirik analiz ile somutlaşırılması gerekmektedir.

Grafik 2: Türkiye'de İşsizlik Oranları (1980-2017)



Kaynak: IMF

Çalışmanın amacı, Türkiye'de 1980-2017 yılları arasında enflasyon ile işsizlik arasındaki ilişkinin ampirik olarak test edilmesidir. Ayrıca, analizden elde edilen bulgular kapsamında, Türkiye açısından sorunun nedenlerine değinerek, politika önerilerinin sunulması hedeflenmektedir.

2. TEORİK ÇERÇEVE

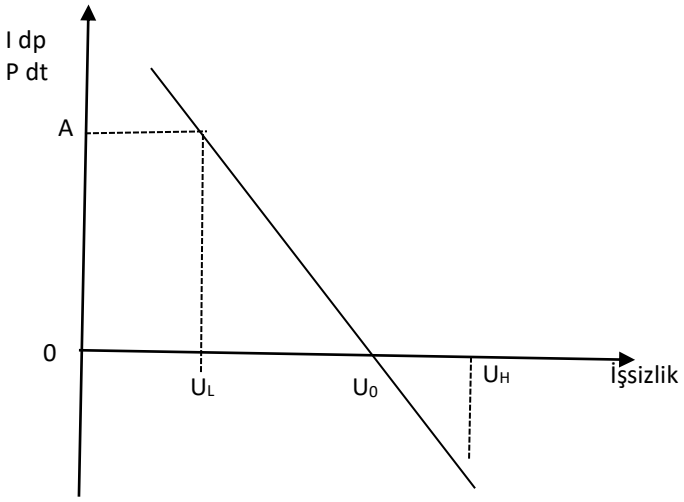
Enflasyon ve işsizlik arasındaki ilişki ile ilgili çalışmalar çok eskiye dayanmaktadır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından önemli sorunlar teşkil eden enflasyon ve işsizlik, aynı anda çözüme kavuşamamaktadır. Bunun nedenine bakıldığında, A. W. Phillips'in 1958'de yayınladığı makalesinde de ifade ettiği gibi enflasyon ve işsizlik arasındaki ters yönlü ilişkiden kaynaklanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, düşük enflasyonun alternatif maliyetinin yüksek işsizlik olduğu ya da tersi bir durumda düşük işsizliğin alternatif maliyetinin yüksek enflasyon olduğu görülmektedir. Daha sonra bu çalışma Phillips Eğrisi olarak adlandırılmıştır.

Phillips eğrisi, 1958 yılında A. W. Phillips tarafından ortaya atılan ve enflasyon ile işsizlik arasındaki ilişkiyi açıklayan ilk çalışmadır (Humphrey, 1985: 17 – 18, Lacker and Weinberg, 2007: 204). Phillips 1954 yılında

yayınladığı makalesinde ürün fiyatlarında meydana gelen değişim ile üretim düzeyi arasındaki ilişkiden bahsetmektedir. Faktör fiyatlarının bir miktar esnekliğe sahip olması durumunda, ürün fiyatları ile üretim düzeyi arasındaki ilişki, faktör piyasalarında, ilk olarak faktör fiyatlarında değişme meydana getiren ve daha sonra üretilen ürün fiyatlarında değişme meydana getiren talep baskısı çerçevesinde açıklanmaktadır (Phillips, 1954: 307 – 38). Daha sonra Phillips (1958) yaptığı çalışmada, 3 dönem (1861 – 1913, 1913 – 1948 ve 1948 – 1957) şeklinde ele aldığı dönemler itibariyle parasal ücretlerdeki değişmeler ile işsizlik oranı arasında doğrusal olmayan test yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Phillips tarafından ortaya atılan bu ters yönlü ilişkiyi daha sonra Lipsey (1960) yaptığı çalışmasında, teorik açıdan güçlendirilmektedir. Aynı yıllar ve veriler üzerine çalışan Lipsey, emek talebi fazlası ile parasal ücretlerdeki artış oranı arasında pozitif bir ilişki olduğu ve emeğe yönelik talep fazlası ile işsizlik arasında negatif bir ilişki olduğu sonucunu elde etmektedir (Lipsey, 1960: 1 – 31).

Şekil 1'de Phillips'in açıkladığı üzere işsizlik oranı ile parasal ücretlerdeki değişme oranı arasındaki doğrusal olmayan ters yönlü ilişki gösterilmektedir. Şekil 1, Phillps eğrisinin orijinal hali gösterimidir. Şekilde yatay eksende işsizlik oranı, dikey eksende ise fiyat değişim oranı gösterilmektedir.

Şekil 1: Orijinal Phillips Eğrisi



Kaynak: (Friedman, 1976: 269)

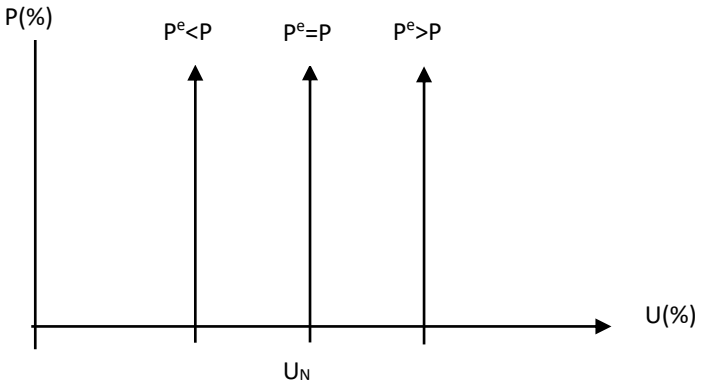
Şekil 1'de enflasyon ve işsizlik oranı arasındaki ters ilişki gösterilmektedir. Buna göre, U_L seviyesindeki gibi düşük bir işsizlik hedefi koymak için A gibi yüksek enflasyon oranın kabul etmek ile mümkün olabilmektedir. Başka bir politika ise, eğer politika yapıcıları düşük bir enflasyon oranı ya da deflasyon hedefi koyabilirler. Bu durumda, daha yüksek bir işsizlik oranını kabul etmek zorunda kalınabilmektedir. Enflasyonun sıfır olduğu durum U_0, deflasyonun olduğu durum U_H noktaları olmaktadır (Friedman, 1976: 270).

Phillips tarafından ortaya atılan parasal ücretlerdeki değişim ile işsizlik oranı arasındaki ilişki Samuelson ve Solow (1960) tarafından enflasyon ve işsizlik arasındaki ilişki olarak tekrardan ele alınmaktadır. Samuelson ve Solow, enflasyon ve işsizlik arasındaki ilişkiyi grafiğe dökerek, işsizlik oranının %3'e düşmesi durumunda, fiyatlardaki artış oranının %4.5'e çıktığını ortaya atmaktadırlar. Bu şekilde, düşük işsizliğin maliyetinin fiyatlardaki artış olduğunu ifade etmektedirler. Ayrıca fiyat istikrarını korumak amacıyla işsizliğin daha yüksek ya da daha düşük olabileceği ifade edilerek uzun dönemden ziyade kısa dönemde Phillips'in teorisinin daha etkili olabileceği belirtilmektedir (Samuelson and Solow, 1960: 192 – 193, Ayvaz Güven ve Ayvaz, 2016: 245).

Phillips'in yaptığı bu çalışmadan sonra, Monetaristler, Yeni Klasikler ve Yeni Keynesyenler başta olmak üzere enflasyon ve işsizlik arasındaki ilişki üzerinde durmakta ve bu teoriye katkıda bulunmaktadırlar. Monetaristler Phillips eğrisinin kısa dönemde geçerli olacağını, uzun dönemde ise dikey eksene paralel bir doğru şeklinde olacağını ifade etmektedir. Bunu açıklarken bireylerin beklenen enflasyon oranı görüşlerini değiştirdiklerini ifade etmektedir. Burada Freidman'ın uyarlayıcı bekleyişler teorisi ortaya atılmaktadır. Yeni Klasikler ise, bu varsayımın yetersiz olduğunu ifade etmektedir. Yeni Klasiklere göre hem kısa hem de uzun vadeli dönemde bireylerin beklentilerinin rasyonel olduğunu ve politikalardaki ani/şok bir değişiklik dışında Phillips Eğrisi her zaman doğal işsizlik düzeyinde olacağı belirtilmektedir. Yeni Keynesyenler ise, NAIRU ve Histeri Hipotezi perspektifinde enflasyon ve işsizlik ilişkisini ele almaktadırlar. 1970'lerde ortaya çıkan stagflasyon sorunu Yeni Keynesyenlerin Phillips Eğrisine olan bakış açılarını değiştirmektedir. NAIRU kavramı da bu yıllarda Yeni

Keynesyen iktisatçılar tarafından ortaya atılmış bir kavram olmaktadır. NAIRU kavramının anlamına baktığımızda enflasyonu hızlandırmayan işsizlik oranı olarak tanımlanmaktadır. Eğer NAIRU cari işsizlik oranından düşükse enflasyon oranı düşme eğilimi göstermekte ya da NAIRU cari işsizlik oranından yüksek ise enflasyon oranı yükselme eğilimi göstermektedir (Altay vd., 2011: 7 – 9, Espinosa Vega and Russel, 1997: 4).

Şekil 2: Rasyonel Beklentiler Çerçevesinde Phillips Eğrisi



Kaynak: (Altay vd., 2011: 8)

Şekil 2'de bireylerin rasyonel davrandıklarını ve enflasyon hedeflerinin de konjonktüre göre değiştiğini ifade ederek bireylerin tahminlerinde sapma meydana gelmesi yani beklenen enflasyondaki sapmalar sadece eğrileri sağa veya sola kaydıracağı ifade edilmektedir. Beklentideki sapmalar yani hatalar olduğunda işsizliğin doğal seviyesinden uzaklaştığı belirtilerek sapmaların rassal olduğu ifade edilerek sadece eğrilerde kayma olduğu açıklanmaktadır **(**Altay vd., 2011: 7 – 8).

Politika uygulayıcıları, toplam talep ile alakalı ve konjonktüre uygun bir politika uygulama kararı alarak hem işsizlik hem de enflasyonu optimal bir seviyede gerçekleştirmeye çalışabilmektedirler. Fakat ülke ekonomisi stagflasyonist bir süreçte ise bu tarz bir politika işe yaramamaktadır. Stagflasyon özellikle yapısal işsizlikle enflasyonun aynı anda görüldüğü bir durum olduğundan dolayı böylesi politikalar tatmin edici sonuç vermemektedir. Özetle 1970'lerde ortaya çıkan stagflasyon sorunu ile Phillips eğrisinin kararlılığı tartışılmaya başlanmaktadır (Turhan, 1987: 436 – 437).

3. LİTERATÜR TARAMASI

Enflasyon ve işsizlik konuları ve bu konular arasındaki ilişki yıllardır araştırılmakta ve tartışılmaktadır. Bu konular bir ülkenin en önemli rasyoları arasında yer aldığından bir çok çalışma yapılmış ve yapılmaya da devam etmektedir. Ulusal ve küresel bazda birçok çalışma olmasına rağmen burada bir kısmına yer verilmektedir.

Tablo 1: Enflasyon ve İşsizlik ile ilgili Literatür Özeti

Çalışmanın Yazarı	Ülke(ler) ve yıllar	Kullanılan yöntem	Sonuç
Tajra (1999)	Brezilya 1994 – 1999	Regresyon Analizi	Yapılan analiz sonucunda enflasyon ve işsizlik oranları arasında ters yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir.
Turner and benavides (2001)	Meksika 1980 – 1999	Doğrusal Olmayan En Küçük Kareler Yöntemi	Çalışmanın sonucunda enflasyon ile işsizlik arasında negatif bir ilişki olduğu bulgusuna erişilmektedir.
Uysal ve Erdoğan (2003)	Türkiye 1980 – 2002	Regresyon Analizi	1980 – 1990 yılları arasında işsizlikte meydana gelen %1'lik artış enflasyon oranlarında %17.24 birim artış meydana getirmektedir. 1990 – 2002 yılları arasında işsizlik oranlarında meydana gelen %1'lik artış enflasyon oranında %3.22 birim azalttığı sonucuna ulaşmaktadır.

Nwala (2003)	Amerika 1993 – 2000	Regresyon Analizi	Phillips'sin ortaya attığı teorinin Amerika için hala geçerli olup olmadığını araştırmak için yapılan çalışmada enflasyon ve işsizlik ilişkisinin kısa dönemde geçerli olmadığı sonucuna ulaşmaktadır.
Emsen vd. (2003)	Kırgızistan 1992: 01 – 2001: 10	Regresyon Analizi	Kırgızistan için yapılan incelemede enflasyon ve işsizlik arasında ters yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.
Önder (2004)	Türkiye 1987 – 2001	ARIMA, Vektör Otoregresyon ve Vektör Hata Düzeltme Modeli	Enflasyon ve işsizlik oranı arasındaki ilişkinin kısa dönem incelemesinde işsizlik yerine üretim açığı kullanılmakta ve enflasyon ile üretim açığı arasında anlamlı bir değiş tokuş ilişkisi tespit edilmektedir.
Dunn (2008)	EMU and United states 1990 – 2008	-	Yapılan çalışmada enflasyon ve işsizlik arasında ters yönlü bir ilişki olduğu ve Phillips eğrisinin geçerli olduğu ifade edilmektedir.
Chicheke (2009)	Güney afrika 1980 - 2008	VEC Modeli	Yapılan analizde enflasyon ve işsizlik arasında ters yönlü bir ilişki olduğunu tespit etmiştir.
Altay vd. (2011)	G8 topluluğu 2000: 01 – 2009: 04	Eşbütünleşme Analizi ve Nedensellik Analizi	Analiz sonucunda değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkinin varlığı saptanmaktadır. Kısa dönemde enflasyondan işsizliğe ve uzun dönemde işsizlikten enflasyona nedensellik tespit edilmektedir.
Bilen (2014)	Türkiye 2001: 01 – 2012: 04	Yapısal VAR Analizi	Yapılan analiz sonucunda kısa dönemde işsizlik ile enflasyon arasında ters yönlü bir ilişki vardır.
Ayvaz Güven ve Ayvaz (2016)	Türkiye 1990 - 2014	Eşbütünleşme Analizi, Granger Nedensellik Analizi ve VAR Analizi	İşsizlik oranından enflasyon oranına doğru bir nedensellik ilişkisinin varlığı tespit edilmektedir. Ayrıca analizde değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi olduğu görülmektedir.
Bhattarai (2016)	OECD ülkeleri 1990: 1 – 2014: 4	Eşbütünleşme Testi, Granger Nedensellik Testi ve Panel VAR	OECD ülkeleri için yapılan çalışmada enflasyon ve işsizlik arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.
Alper (2017)	Türkiye 1987 – 2016	ARDL eşbütünleşme analizi	Yapılan analizde enflasyonun bağımlı değişken olarak seçildiği modelde uzun dönemi bir ilişki olmadığı, bağımlı değişkenin işsizlik seçildiği modelde uzun dönemli bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

4. VERİSETİ VE METODOLOJİ

Çalışmada, enflasyon ile işsizlik arasındaki ilişki ampirik olarak analiz edilmektedir. Veriler 1980-2017 yıllarını kapsamaktadır. Enflasyon değişkenine ilişkin veriler BÜMKO'dan, işsizlik değişkenine ilişkin veriler ise IMF veri havuzundan elde edilmiştir. Analizde yer alan değişkenler şu şekildedir:

- ENF= Enflasyon oranı,
- İŞS= İşsizlik oranını ifade etmektedir.

Analizde ampirik yöntem olarak, ARDL yöntemi uygulanmaktadır. Peseran vd. (2001) geliştirdiği ARDL yöntemi, eş-bütünleşme testleri açısından önemli bir özelliğe sahiptir. Diğer eş-bütünleşme yöntemlerinde, değişkenlerin birim kök test sonuçlarına bakılmakta ve değişkenlerin aynı seviyeden durağan olması şart koşulmaktadır. ARDL yönteminde ise, değişkenlerin birim kök testi sonuçlarına bakılmadan analize dahil edilmektedir. Böylece seviyesinde durağan olan değişkenlerde (açıklayıcı değişken olarak) eş-bütünleşme testlerinde kullanılabilmektedir.

5. UYGULAMA VE BULGULAR

Analizde kullanılan değişkenlerin birim kök test sonuçları Tablo 2'de gösterilmektedir. Tablo'da Augmented Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) birim kök test sonuçlarına göre, değişkenlerin durağanlıkları analiz edilmektedir. %1 ve %5 güven aralıklarında kritik değerleri bazında, iki değişkeninde düzey seviyede birim kök içerdiği, birinci farkları alındığında ise durağanlaştıkları saptanmaktadır.

Tablo 2: ADF ve PP Birim Kök Test Sonuçları

	İŞS			ENF		
	Kritik Değerler		Test Değerleri	Kritik Değerler		Test Değerleri
ADF	%1	-3.621023	0.4463	%1	-3.626784	0.7065
	%5	-2.943427		%5	-2.945842	
PP	%1	-3.621023	0.5061	%1	-3.621023	0.1653
	%5	-2.943427		%5	-2.943427	
	D(İŞS)			D(ENF)		
	Kritik Değerler		Test Değerleri	Kritik Değerler		Test Değerleri
ADF	%1	-3.626784	0.0002*	%1	-3.626784	0.0000*
	%5	-2.945842		%5	-2.945842	
PP	%1	-3.626784	0.0000*	%1	-3.626784	0.0000*
	%5	-2.945842		%5	-2.945842	

*%1 düzeyine göre, anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Birim test sonuçlarının ardından değişkenlerin eş-bütünleşik olup olmadığını analiz etmek için ARDL (Auto Regressive Distrubuted Lag Models) yöntemi uygulanmaktadır. Değişkenler açısından uygun gecikme sayısı belirlenerek oluşturulan ARDL modelinin Bounds test sonuçları, Tablo 3'te gösterilmektedir. Test sonuçlarına göre, modelin F-istatistik değeri (8.31), %10, %5 ve %1 anlamlılık seviyeleri kapsamında değişkenlerin eş-bütünleşik olduğunu göstermektedir. Diğer bir deyişle, işsizlik ve enflasyon değişkeni, analizin incelediği yıllarda beraber hareket etmektedirler. Özellikle Bounds test sonucunun %1 anlamlılık seviyesinde dahi anlamlı olması (Ho hipotezi reddedilmektedir), iki değişken arasındaki eş-bütünleşme seviyesinin çok güçlü olduğuna işaret etmektedir.

Tablo 3: Bounds Test Sonuçları

	ARDL order	F-İstatistik, Bound Testi
İŞS	(2, 2)	8.318266
Anlamlılık Seviyesi	Alt Sınır	Üst Sınır
%10	4.04	4.78
%5	4.94	5.73
%1	6.84	7.84

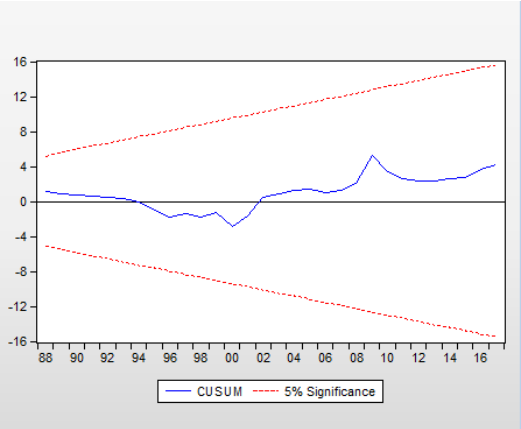
Tablo 4'te ise, ARDL modelinin tanısal test sonuçları yer almaktadır. Tanısal test sonuçları, modelin değişen varyans (Breusch-Godfrey LM) ve otokorelayon (ARCH LM ve White Testi) sorunlarının olmadığını ve modelin anlamlı ve güvenilir olduğunu göstermektedir. Ramsey Reset testi sonucu ise, model kurma hatasının olmadığını göstermektedir.

Tablo 4: ARDL (2, 2) Modelin Tanısal Testleri

Tanısal Testler	İstatistikler
R^2 sonucu	0.763301
Adjusted R^2 sonucu	0.723851
F-istatistiği	19.34862 (0.0000)
Breusch-Godfrey LM Testi	0.279814 (0.7580)
White Testi	0.329737 (0.9890)
ARCH LM Testi	0.807473 (0.3754)
Ramsey Reset Testi	0.268750 (0.6081)

Modelde kullanılan değişkenlerin istikrarlı olup olmadığı CUSUM testi ile ölçülmektedir. Brown vd. (1975) tarafından geliştirilen CUSUM testinde hata terimlerini kümülatif olarak toplanarak, %5 anlamlılık düzeyindeki doğrular elde edilmektedir. Şekil 3'te modelin CUSUM test sonucu yer almaktadır. Kırımızı çizgiler, %5 seviyesindeki güven aralığını göstermektedir. Şekilde, modeldeki gözlemlerin güven aralığı içinde olduğu yani incelenen dönemde değişkenlerin istikrarlı olduğu görülmektedir.

Şekil 3: CUSUM Testi



Tablo 5'te, ARDL modelinin hata düzeltme katsayısı sonuçları gösterilmektedir. Hata düzeltme modeli, değişkenlerin herhangi birinde meydana gelen bir şoka, diğerinin ne kadar sürede tepki verdiğini analiz etmektedir. Modele ilişkin hata düzeltme katsayısını ifade eden ECM katsayısına göre, uzun dönemde eş-bütünleşik olan değişkenlerde meydana gelen bir şokun, bir dönemde %50'si (-0.585728) giderilmektedir. Yani şokun etkisi, iki dönemde tamamen ortadan giderilmektedir. ECM katsayısının olasılık değerinin (0.0003), %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı olması, hata düzeltme katsayısını yorumlanabilir kılmaktadır.

Tablo 5: Hata Düzeltme Modeli Sonuçları

Değişkenler	Katsayılar	Standart Hata	t-İstatistiği	Olasılık
D(IŞS(-1))	0.408589	0.161508	2.529831	0.0169
D(ENF)	-0.001180	0.008598	-0.137256	0.8917
D(ENF(-1))	0.010486	0.007761	1.351165	0.1867
ECM	-0.585728	0.144455	-4.054752	0.0003

Değişkenlerin uzun dönemde birbirleri üzerindeki etkisi, Tablo 6'da görülmektedir. Buna göre, enflasyon oranının %1 artması, işsizliği %0.03 azaltmaktadır. Özetle, ARDL analizi neticesinde işsizlik ve enflasyonun kısa ve uzun dönemde ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Enflasyon artışının işsizliği azaltması, Phillips eğrisi ile örtüşmektedir.

Tablo 6: Uzun Dönem Katsayıları

Değişkenler	Katsayılar	Standart Hata	T-İstatistiği	Olasılık
ENF	-0.039440	0.008230	-4.791974	0.0000
C	10.224098	0.420371	24.321631	0.0000

6. SONUÇ

Çalışmada yapılan ampirik analizin neticesinde, işsizlik ile enflasyon değişkenlerinin kısa ve uzun dönemde eş-bütünleşik oldukları yani birlikte hareket ettikleri sonucuna ulaşılmaktadır. Uzun dönem katsayılarına göre, Türkiye'de işsizlik ile enflasyon arasında ters yönlü ilişkinin olduğu saptanmaktadır. Elde edilen bulgu, Türkiye için Phillips eğrisinin geçerli olduğunu ortaya koymaktadır. Bu kapsamda, işsizliğin azaltılabilmesi için enflasyon oranında fedakarlık yapılması gerekmektedir.

Türkiye'de işsizlik sorunun sadece enflasyon artışı ile çözüleceğini ifade etmek, çok sığ bir yaklaşım olacaktır. İşsizliğin kalıcı bir sorun olmaktan çıkması adına yapısal reformların hayata geçirilmesi büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda, istihdam oluşturacak yatırımların arttırılması, işveren ve ücret geliri elde edenler üzerindeki vergi yükünün minimize edilmesi, vergi dilimleri ile oranlarının düşük gelirleri gözetecek şekilde dizayn edilmesi, elektronik uygulamaların artışı ve denetim mekanizmalarının güçlendirilmesi ile kayıt dışı ekonomi ile daha sıkı mücadele edilmesi, eğitim sisteminin diploma odaklı yapısının iş odaklı yapıya evrilmesi, mesleki liselerin sayısının artırılması ve özel sektör ile işbirliğinin arttırılması, vergi başta olmak üzere uygun koşulların sağlanması ile daha fazla doğrudan yabancı yatırımcının ülkeye çekilmesi, katma değer yaratacak ürünlere ve markalaşma çabalarına devletin ar-ge kapsamında daha fazla ödenek ayırması ve kadınların iş hayatındaki sayılarının artmasına yönelik merkezi ve yerel düzeyde projeler geliştirilmesi, işsizliğin azalmasını sağlayacak yapısal reformlar olarak sayılabilir.

KAYNAKÇA

Alper, F. Ö. (2017), "Enflasyon ve İşsizlik Arasındaki İlişki: Türkiye için ARDL Sınır Testi Yaklaşımı", Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 2, 71 – 80.

Altay, B., Tuğcu, C. T., ve Topçu, M. (2011), "İşsizlik ve Enflasyon Oranları Arasındaki Nedensellik İlişkisi: G8 Ülkeleri Örneği", Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt: XIII, Sayı: II, 1 – 27.

Ayvaz Güven, E. T., ve Ayvaz, Y. Y. (2016), "Türkiye'de Enflasyon ve İşsizlik Arasındaki İlişki: Zaman Serileri Analizi", KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 13, Sayı: 1, 241 – 262.

Bhattarai, K. (2016), "Unemployment – Inflation Trade – Offs in OECD Countries", Economic Modelling, Vol: 58, pp. 93 – 103.

Bilen, Y. (2014), "İşsizlik ve Enflasyon Arasındaki Dinamik İlişkiler: Yapısal VAR Yaklaşımı", Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Brown, R. L., Durbin, J., and Evans, J. M. (1975), "Techniques for Testing the Constancy of Regression Relationships Over Time", Journal of the Royal Statistical Society, pp. 149-192.

Chicheke, A. (2009), "Monetary Policiy, Inflation, Umeployment and The Phillips Curve in South Africa", Department of Economics Faculty of Management and Commerce, University of Fort Hare, South Africa.

Dunn, R. M. (2008), "Inflation and Unemployment in EMU and The United States", Aces – Eu Centre of Excellence, Research Grants Working Paper Series: 10, pp. 1–6. (http://aei. pitt.edu/59059/1/ACESWP_Dunn_Jr._2008.pdf), (10.08.2018).

Emsen, Ö. S., Kuşçu, S. ve Sarsılmaz, F. (2003), "Phillips Eğrisi Analizi ve Geçiş Ekonomilerinden Kırgızistan Üzerine Uygulama", G.Ü. İ.İ.B.F Dergisi, Sayı: 2, ss. 81 – 99.

Espinosa Vega, M. A., and Russel, S. (1997), "History and Theory of The NAIRU A Critical Review", Federal Reserve Bank of Atalanta, Economik Review, Quarter: 2, pp. 2–25.

Friedman, M. (1976), "Inflation and Unemployment", Nobel Memorial Lecture, Vol: 13, pp. 267 – 286.

Humphrey, T. M. (1985), "The Early History of The Phillips Curve", Federal Reserve Bank of Richmond Economic Review, September/October, 17 – 24.

Lacker, J. M., and Weinberg, J. A. (2007), "Inflation and Unemployment: A Layperson's Guide to The Phillips Curve", Economic Quarterly, Vol: 93, No: 3, 201 – 227.

Lipsey, R. G. (1960), "The Relation between Uneployment and The Rate of Change of Money Wage Rates in The United Kingdom, 1862 – 1957: A Further Analysis", Economica, New Series, Vol: 27, No: 105, pp. 1 – 31.

Nwala, K. (2003), "Is There Still an Unemployment and Inflation Trade – Off?", International Advances in Economic Research, Vol: 9, No: 2, pp. 168–168.

Önder, A. Ö. (2004), "Forecasting Inflation in Emerging Markets by Using The Phillips Curve and Alternative Time Series Models", Emerging Markets Finance and Trade, Vol: 40, No: 2, pp. 71–82.

Peseran, M. H., Shin, Y., and Smith, R. J. (2001), "Bounds Testing Aproaches to The Analysis of Level Relationships", Journal of Applied Econometrics, Vol: 16, pp. 289-326.

Phillips, A. W. (1954), "Stabilisation Policy in A Closed Economy", The Economic Journal, Vol: 65, No: 254, 290–323.

Phillips, A. W. (1958), "The Relation between Unemployment and The Rate of Change of Money Wage Rates in The United Kingdom, 1861 – 1957", Economica, New Series, Vol: 25, No: 100, pp. 283–299.

Samuelson, P. A. and Solow, R. M. (1960), "Analytical Aspects of Anti – Inflation Policy", Thr American Economic Review, Vol: 50, No: 2, pp. 177–194.

Tajra, H. F. (1999), "The Phillips Curve in Brazilian Economy after Real Plan", The Georgia University, The Minerva Program, pp. 1–49.

Turhan, S. (1987), "Stagflasyon ve Maliye Politikası", İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, Cilt: 43, ss. 433-455.

Turner, P., and Benavides, G. (2001), "The Demand for Money and Inflation in Mexico 1980 – 1999: İmplications for Stabilityand Real Seigniorage Revenues", Applied Economics Latters, Vol: 8, Issue: 12, pp. 775–778.

Kullanım ve Doyum Aracı Olarak Popüler Kültür

Öğr. Gör. Esra Büdün[1] **Öğr. Gör. Ahmet Aydın[2]**

[1] Kırklareli Üniversitesi, Pınarhisar Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, esrabudun@klu.edu.tr

[2] Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, ahmetaydin@ksu.edu.tr

Özet: Kitle iletişim araçlarından televizyon, toplumsal ilişkilerin dinamik şekilde değiştiği modern toplum yapısı içinde gerek bireysel gerekse toplumsal amaçlı olarak birçok işlevi yerine getirmektedir. Sözü edilen bu işlevler; enformasyon, eğitim ve eğlence olarak belirlenmişse de yapılan araştırmalar eğlencenin giderek artan önemine dikkat çekmektedir. Araştırmalar, televizyonun varlık nedeninin, insanları eğlendirmek ya da onlarda hoş vakit geçirildiği duygusunu yaratmak olduğunu göstermektedir. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı geleneğinde yapılan bu çalışmada, televizyonun eğlendirici içeriklerine olan söz konusu bu yoğun talebin nedenlerine ilişkin bir değerlendirme yapılmıştır. Çalışma kapsamında, popüler kültürün toplumsal yeri ve işlevinin yanı sıra popüler kültür ile televizyon ilişkisi Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı çerçevesinde irdelenecektir. Analiz kapsamında geniş bilinirlik düzeyine sahip olduğu gerekçesi ile Kemal Sunal filmleri seçilmiştir. Söz konusu filmlerin izlenme nedenleri ise anket çalışmasından elde edilen veriler ışığında ortaya konulmaya çalışılacaktır. Son tahlilde ise popüler kültürün oluşturulması ve aktarılmasında televizyonun rolü ile birlikte televizyondan elde edilen doyuma ilişkin bir değerlendirme yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Popüler Kültür, Kullanımlar ve Doyumlar, Televizyon.

Populer Culture As An Uses And Gratifications

Abstract: From the mass media, television performs many functions, both individually and socially, in the modern society structure in which social relations change dynamically. These functions are mentioned; information, education and entertainment, the researches highlight the growing importance of entertainment. Research shows that television is the reason for being, to entertain people or to create a feeling that they are having a good time with them. In this work, which was conducted in the tradition of uses and gratifications, an evaluation was made on the causes of these intense demands on TV's entertaining contents. Within the scope of the study, the popular culture will be examined in terms of its social location and function, as well as popular culture and television-related Uses and Gratifications Approaches. Kemal Sunal films were selected because of the reason that it has wide awareness level in the scope of analysis. The reasons for watching the films will be tried to be revealed in the data obtained from the questionnaire survey. In the final analysis, an evaluation will be made regarding the role of television in the creation and transmission of popular cultures, as well as the gratification with television.

Key Words: Populer Culture, Uses and Gratifications, Television.

1. GİRİŞ

Teknolojik gelişmeler neticesinde hayatımıza giren kitle iletişim araçlarından televizyon günümüzün en etkili iletişim araçlarından biri olmayı başarmıştır. Modern toplum yapısı içerisinde bu kitle iletişim aracı, toplumsal ilişkilerde yaşanan köklü değişiklikler sonucunda birey ve toplum hayatında birçok önemli işlevi yerine getirmektedir. Söz konusu bu işlevler en yalın haliyle, enformasyon, eğitim ve eğlencedir. Bu işlevlerden eğlencenin ise diğerlerine nazaran önemini giderek arttırdığı göze çarpmaktadır. Birçok araştırmacı ve eleştirmene göre televizyonun asıl varoluş nedeni insanları eğlendirmek, onların hoş vakit geçirme ihtiyacını karşılamasıdır. Nitekim bu duruma bazı eleştirmenler olumsuz yaklaşarak bunu insanları bir oyalama biçimi olarak nitelendirdikleri görülmektedir. Kullanımlar Ve Doyumlar geleneği çerçevesinde gerçekleştirilen bu çalışmada, televizyon eğlendirici içerikler yoluyla yarattığı yoğun talebin popüler kültür içerisindeki tercih nedenlerini ve etkilerini seçilen film aracılığıyla ortaya koymak amaçlanmıştır.

Çalışma kapsamında, popüler kültürün toplumsal statüde yeri ve öneminin yanı sıra popüler kültür ile televizyon ilişkisi incelenerek, kitle iletişim araçlarının popüler kültürü nasıl yaygınlaştırdığına ilişkin bir değerlendirme yapılacaktır. Bu değerlendirme Kullanım Ve Doyumlar Kuramı ile kendi döneminde olduğu kadar günümüzde de halen severek izlenen Kemal Sunal filmlerinin izlenme nedenlerinin analizi doğrultusunda yapılacaktır. Çalışmanın önemi de tam da bu noktada kendini göstermektedir. Çünkü çalışma kapsamında hem

popüler kültürün kitle iletişim araçları ile arasındaki ilişki boyutu irdelenecek hem de popüler kültürü en iyi yayma araçlarından olan televizyondan elde edilen doyumun boyutu ortaya konulmaya çalışılacaktır.

2. POPÜLER KÜLTÜR

Köken itibari ile Batıdan gelen popüler kavramı, dönemler içinde anlamsal/kavramsal bir takım değişimlere uğramıştır. Popüler kavramı İngilizcede dilsel orijini ortaçağlarda "halkın" (folk bağlamında halkın, people anlamında halkın değil) anlamına kullanımıyla başlamıştır. Günümüzde ise "çoğunluk tarafından sevilen ve seçilen" anlamında kullanılmaktadır. Bu bağlamda popüler kültürün "halkın kültürü" anlamından günümüzde "çoğunluk tarafından sevilen ve seçilen kültür" anlamına doğru bir dönüşüme uğradığı söylenebilir (Erdoğan ve Alemdar, 2005:30-33). Öncelikle belirtilmelidir ki düşünürler popüler kültür olgusuna olumlu ve olumsuz olmak üzere iki farklı şekilde yaklaşmışlardır. Dolayısıyla tanımlamalarda iki farklı yöndeki görüşlere de yer verilecektir.

Popüler kültür kavramı liberal çoğulcu görüşün önerdiği toplumsal yapı ile tam olarak bağdaşmaktadır. Farklı dil, farklı görüş, farklı dilsel ve etnik kimliğe mensup kişilerin bir arada bulunması gerektiğini öneren liberal çoğulculuğun heterojen yapısına karşılık gelen kültürdür (Güngör, 2016:312). Schudson (1999:169)'a göre ise popüler kültür geniş bir nüfusun benimsediği ve paylaştığı inançlar, yaşam pratikleri ve normların örgütlenmesidir.

Ampirik olarak popüler kültür bir boş zaman etkinliği, ideolojik açıdan denetime alınma veya "üretkenlik" ve "direniş" şeklinde değerlendirilebilir. Kavram, kültür endüstrisi açısından düşünüldüğünde popüler kültürün metinsel anlamları, söylem ve ideolojiler ile kültürel metaların verdiği hazlar gibi birçok perspektiften ele alınabilir (Rowe, 1996:20).

Popüler kültürü çok net çizgiler ile tanımlayabilmek oldukça zordur. Bir anlamda ait olduğu toplumun her türlü üretim biçiminde gözlenen halktan kültür öğelerini sergileyebilir. Örneğin, futbol, dini bayramlar, dans biçimleri, arabesk ve hatta Coca Cola gibi farklı noktalarda değişik biçimlerde ortaya çıkabilir. Popüler kültürün temel argümanı insanları eğlendirmek üzerine kuruludur. Bu açıdan faydacı bir görüşten öte eğlendirici içerikler üretmeye çalışır. Temel amaç halkın hoşça vakit geçirmesini sağlamaktır (Bektaş, 1996:128). Tüm bunların yanı sıra popüler kültür olgusu, insanları gerçeklerden uzaklaştırdığı, sahte mutluluklar yarattığı şeklindeki eleştire de maruz kalmaktadır. Ancak buna rağmen popüler kültürün toplumun ortak ihtiyacının bir ürünü olarak ortaya çıktığı da yadsınamaz bir gerçektir (Batmaz, 1981:163).

Toplumsal yapıda dinamik olarak gerçekleşen değişimler sonucunda kendini umutsuz ve mutsuz hisseden çağdaş insan, popüler kültür ürünlerine ihtiyaç duymaktadır. Çünkü popüler kültür geleneğinde özne artık insan değildir. Günübirlik hayatlar yaşayan insanoğlu popüler kültürün seçip, benimsediklerine bağımlı halde hayatını sürdürmeye çalışmaktadır. Kapitalizm sayesinde kitlelere tüketimin zevk, mutluluk ve prestij kaynağı olduğu benimsetilmeye çalışılmaktadır (Oskay, 1982:185). Meta fetişizminin de bu doğrultuda yaygınlaşmasının önü açılmıştır. Popüler kültür üzerinden yaratılan kültürel ürünler, hem finansal hem de kültürel ekonomi yoluyla işlerlik kazanır. Finansal ekonomi esas itibariyle değişim değeri olan para ile ilgiliyken; kültürel ekonomi kullanım (anlam, haz, doyum, zevk) ve sosyal kimlik (itibar) üzerine odaklanmıştır. Bu iki ekonomi arasında sürekli bir etkileşim söz konusudur (Fiske, 1999).

Frankfurt Okulu çizgisinde bakıldığında popüler kültür ya da kitle kültürünün halkın gerçek yaşantısıyla ilgisi olmadığı, endüstriyel ortamda kitlesel olarak üretilip insanlara kitle iletişim araçları ile sunulan bir kültür olduğu ifade edilmektedir (Güngör, 2016:312).

Popüler kültür olgusuna karşı eleştirel bir tavır takınan bir diğer düşünür Rabassiere (1960:373) de popüler kültür ürünlerinin insanlar üzerinde uyuşturucu bir etkisinin olduğunu vurgulayarak, insanların kendi duyguları ile başa çıkamadıkları veya yüz yüze gelmek istemedikleri durumlarda başkalarının kendileri adına yaptıkları duygusal dışavurumları benimsediklerini ifade etmektedir. Bu doğrultuda bakıldığında popüler kültür ne olursa olsun sonuç olarak gerçekliğin bir kurgusunu sunmaktadır. Yani insanların beğenileri, değerleri ve alışkanlıkları gibi unsurlar dikkate alınarak bu yönde ürünler üretilmekte ve insanlara satılmaktadır (Atay, 2004:156-157). Görünen odur ki kültür artık gerçek anlamda paylaşılan değerler ve inançlar çizgisinden çıkmış, eğlence endüstrisine dönüşmüş ve önemini yitirmeye başlamıştır. Popüler kültür de tam olarak işte bu endüstriden beslenerek büyümektedir. Bu endüstrinin ortaya çıkardığı ürünler ise artık bir kültürel ürün değil, metalaşmış, standartlaşmış ve anlamını yitirmiştir (Karakoç, 2014: 249).

Bennett'e göre ise popüler kültür bir tür arabulma niteliğinde olup, toplumdaki egemen ve bağımlı kesimlerin bir kesişme alanıdır. Bu alanlarda zaman içerisinde bir takım muhalif alanların oluşması da uzun vadede demokratik toplumsal yapıların gelişmesi açısından önemli bir işlev olarak kabul edilmektedir (Güngör, 2016:314). Bu işlev ve popüler kültürün toplum üzerindeki baskın etkisi göz önüne alındığında, popüler kültürün gelişmesi ve yaygınlaşmasında birincil öncelik sahibi olan kitle iletişim araçlarından televizyonun popüler kültür ile ilişkisine değinmek yerinde olacaktır.

2.1 Popüler Kültür ve Televizyon İlişkisi

Gündelik hayatın vazgeçilemez unsurları haline gelen popüler kültür ürünlerinin oluşumunda ve yaygınlaşmasında kitle iletişim araçlarının rolü göz ardı edilemez. Dolayısıyla kitle iletişim araçlarının toplum üzerinde oldukça etkin bir takım işlevlere sahip oldukları oldukça açıktır. Teknolojiyle aracılanmış iletişimin araçlarından biri olan televizyon da bir işlevleri yerine getiren en etkin mecra olarak ifade edilebilir. Televizyon bireyler tarafından daha çok eğlence işlevleri için kullanılan bir iletişim mecrasıdır. İnsanların boş zaman etkinliği yerine geçen televizyon, insanların kendilerine ait olan zamanları kolonileştirmiştir (Oktay, 1993:253).

Popüler kültür açısından bakıldığında televizyonun egemen görüşün bakış açısını sunma işlevi göze çarpmaktadır. Çünkü bağımlı hale gelmiş olan bireyler bir araya gelerek kitleleri oluşturmuş bu kitleler ise toplumsal bir takım gerçeklerden kaçış yolu olarak medyaya yönelmişledir (Erdoğan ve Alemdar, 2002:65).

Kitle iletişim araçları eğlendirme dışında bireyler için birer enformasyon hazırlayıcısı görevini de üstlenmektedirler. Öyle ki halka ne düşüneceğini değil, ne hakkında ve nasıl düşüneceğini sunan kitle iletişim araçları kaotik yapıdaki dış dünyanın yalnızca bu sayede anlamlandırılacağını belirtmektedir. Bu açıdan bakıldığında kitle iletişim araçlarının ve özellikle de televizyonun, geçerli görüşleri sunan, tutumları oluşturan veya değiştiren, gündem oluşturan bir nitelik gösterdiği ifade edilebilir (Bourdieu, 1997: 41). Televizyon, üretimi, tüketimi ve ürünüyle bir endüstri görevi üstlenmektedir. (Mutlu, 1999: 12). Thedor Adorno ve Marx Horkheimer ilk kez sözü geçen bu endüstriyi "kültür endüstrisi" adıyla "Aydınlanmanın Diyalektiği" adlı eserde ortaya koymuşlardır. Buna göre hayatın her alanı, kültür endüstrisi tarafından metalaştırılmakta, standartlaştırılmakta, kültür ticarileşmekte ve böylelikle hakim ideoloji, ekonomik ve ideolojik açıdan insanları kuşatmaktadır (Adorno, 2003:12). Edilgen hale gelen birey, dinlenme, eğlenme, boş zaman aktiviteleri gibi tüm yaşam pratiklerini tüketim faydası getirecek bir eylem haline getirmektedirler. Bu eylem türlü şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Ancak en etkili ve en yaygın biçimi kitle iletişim araçlarından elde edilmeye çalışılan doyumdur.

Televizyon modern toplumlardaki en yaygın ve etkin kültür üretme makinesidir. Televizyonun en belirgin özelliği ise onun modern toplumlardaki en önemli öykü/hikaye anlatma aracı olmasıdır. Yeni doğmuş bir birey nasıl ancak başkaları tarafından beslenebiliyorsa günümüz televizyon izleyicisi de kültürel açıdan aynı ölçüde edilgen konumdadır ve kitle iletişim araçları tarafından beslenmektedir (Kaplan, 1991: 115,117).Bu şekilde televizyondan beslenen günümüz modern tüketicisi bu gereksinimini bir takım ihtiyaçlarını karşılamak ve doyuma ulaşmak için gerçekleştirmektedir. Bahsi geçen bu durum ise kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde daha net şekilde ortaya konulabilmektedir.

3. KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI

İzleyiciye yönelik olarak belirlenen ve genellenen medyanın dört işlevi ilk kez 1948 yılında iletişim kuramcısı Lasswell daha sonra ise Wright tarafından ifade edilmiştir. Buna göre medya toplum içinde gözetleme, ilişki kurma, eğlendirme, kültürel paylaşım ya da sosyalleşme işlevlerini yerine getirmektedir (Katz vd., 1973:512). Bu yaklaşıma göre, televizyon izleyicileri aktif, etkiye direnen ve kendi seçimleri konusunda etken konumdadırlar. Dolayısıyla izleyiciler kendi özgür iradeleri ile hareket etmektedirler.

Yaklaşımın temeli izleyicilerin var olan gereksinimlerini kitle iletişim araçları yoluyla gidermeleri üzerine kurulmuştur. İzleyici etkin bir konumda olduğu için iletilerin anlamlandırma tamamen izleyicinin elindedir. (Fiske, 2003: 194). Bu açıdan bakıldığında medyadan elde edilen doyum konusunda özne olan bireyin seçme özgürlüğü olduğu ve televizyondan elde edeceği olumlu ya da olumsuz etkilerden kendisinin sorumlu olduğu sonucuna da varılabilir. Televizyondan beklenen doyum televizyonu az veya çok izleme durumuna bağlı olarak farklı şekillerde de gerçekleşebilir. Bu yaklaşım kapsamında yapılan araştırmalara göre medya kullanımında beklenen/elde edilen tatminler oldukça çeşitli özellikler göstermektedir (Dominic, 1990:145).

Bahsi geçen bu doyumlar ise şu şekilde sıralanabilir (Kars, 2003:34):

- Eğlendirme,
- Otorite figürünün yüceltilmesi veya küçültülmesi,
- Güzelin denenmesi,
- Deneyimlerin paylaşılması,
- Merakın tatmini,
- Bilgilenmek,
- Dalgınlık ve oyalama,
- Duygu ve katılımın deneyimlenmesi,
- Aşk, korku, nefret ve üzüntü gibi uç duyguların kontrolü durumundaki deneyim,
- Taklit edilecek modeller bulmak,
- Özdeşleşme,
- Dünya hakkında bilgi edinmek,
- Adalet inancının pekişmesi,
- Romantik aşka inanmak,
- Mucizelere inanmak,
- Başkasının hatasını görmek,
- Düzenin dünyaya verdiği rahatsızlığı görmek,
- Tarihe katılmak,
- Hoşa gitmeyen duygulardan arınmak,
- Cinsel dürtülere suç oluşturmayan koşullarda boşalımlar bulmak,
- Cezalandırmadan tabuları araştırmak,
- Çirkinin denenmesi,
- Ahlaki, kültürel ve ruhsal durumları onaylamak,
- Kötüleri eylemde görmek.

Görüldüğü üzere kitle iletişim araçları çok çeşitli nedenlerle izleyiciler tarafından kullanılmaktadır. En temelde ise izleyiciler kitle iletişim araçlarının içeriğini kendi ihtiyaçlarına karşılık verebileceği düşüncesiyle seçmektedirler. Bu amaçlı etkinlik sonucunda ise gereksinimler karşılanmakta ve izleyicilerin gerginlikleri azaltılmaktadır.

Johnson yaptığı bir araştırmada, gençler ve iletişim araçlarının kullanımı ve toplumsal bütünleşmeyi incelemiş ve yoğun televizyon izleme ile düş kırıklığı arasında anlamlı bir ilişki saptamıştır. Buna göre, toplumsal bütünleşmede başarısızlık hissine kapılan gençlerin "duygusal onarım" için televizyonu kullanmaya başladıkları belirlenmiştir (Tekinalp ve Uzun, 2013:117).

İzleyici aktifliği üzerine kurulu olan bu yaklaşıma göre insanlar günlük yaşamları içerisinde bir takım gereksinim karşılama yolları aramakta bu arayış içerisinde de kitle iletişim araçlarına yönelmektedirler. Bu yönelim ise bireylerin kendi sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel özellikleri ile doğru orantılı olmaktadır. Gereksinimlerini gerçek yaşamlarında sahip oldukları olanaklar doğrultusunda büyük ölçüde karşılayabilen bireyler kitle iletişim araçlarına doyum amaçlı yönelimleri düşük olabilmektedir. Ancak tersi durumda gerçek yaşamda bir takım kısıtlılıklara sahip olan bireyler doyuma ulaşma noktasında kitle iletişim araçlarına daha fazla ölçüde yönelebilmektedirler (Güngör, 2016:129).

4. YÖNTEM

Bu çalışmada popüler kültür ürünlerinin aktarılmasında en etkili kitle iletişim araçlarından olan televizyonun, kullanım ve doyum aracı olarak ne derece kullanıldığını ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda "*Kullanımlar Ve Doyumlar Kuramı"* açısından bir yorumlama yapabilmek için bir ön çalışma yapılmıştır. Bu ön çalışmada görüşme tekniği kullanılarak rastgele ve gönüllülük esasına dayanarak seçilen, sosyal statüsü farklı olan toplamda 23 deneğe Kemal Sunal filmlerini izlenme nedenleri sorulmuş, elde edilen sonuçlar ise asıl çalışmanın anket çalışması için genellenmiştir.

Genellenen sonuçlar anket için birer veri oluşturmuştur. Elde edilen veriler *"Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı"* çerçevesinde revize edilerek ankete dahil edilmiştir. Bu kuramın seçilmesinin nedeni aktif izleyici modeli

sunması ve bunun yanında izleyicilerin filmleri izleme nedenlerini hangi doyumları elde etmek amacıyla gerçekleştirdiğini ortaya koyabilmektir.

Araştırma genel tarama modelinde gerçekleştirilmiştir. Genel tarama modeli, çok sayıda elemandan meydana gelen bir evrende, evren hakkında genel bir kanıya varmak amacıyla evrenin tümü veya tümünden alınacak bir grup ya da örneklem grup üzerinde gerçekleştirilen tarama modelidir (Karasar, 2016:111).

Veri toplama yöntemi olarak ise anket kullanılmıştır. Ankette demografik özelliklerin yanı sıra örneklemlerin televizyon izleme sıklıklarına ve Kemal Sunal filmlerini izleme nedenlerine ilişkin sorular yer almaktadır. Araştırmada tesadüfi örnekleme yoluyla seçilen ve gönüllü olarak araştırmaya katılan toplamda 209 kişiden veri elde edilmiştir. Araştırma bilinirlik düzeyi yüksek olduğu gerekçesiyle Kemal Sunal filmleri ile sınırlandırılmıştır.

4.1 Bulgular ve Yorum

Tablo 1. Cinsiyet Değişkeni

Cinsiyet	**Frekans (f)**	**Yüzde (%)**
Kadın	109	52,2
Erkek	99	47,3
Cevapsız	1	0,5
Toplam	**209**	**100**

Araştırmaya katılanların %52,2 (f=109)'sini kadınlar oluştururken, %47,3 (f=99)'nü erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Cinsiyet değişkenine cevap vermeyen ancak diğer sorulara cevap vererek ankete katılan kişi sayısı %0,5 (f=1)'tir. Araştırma kadın katılımcıların sayıca yüksekliğinin yanı sıra kadın ve erkek oranına bakıldığında %52,2 ve %47,3 yüzdeliklerinin birbirine yakın olması cinsiyetler açısından güvenilir ve daha genellenebilir sonuçlar elde edilmesi açısından önem arz etmektedir.

Tablo 2. Yaş Değişkeni

Yaş	**Frekans (f)**	**Yüzde (%)**
20 yaş ve altı	3	1,4
21-25	42	20,1
26-30	91	43,6
31-35	40	19,1
36-40	13	6,2
41-45	10	4,8
46-50	3	1,4
51 ve üstü	7	3,4
Cevapsız	0	0
Toplam	**209**	**100**

Araştırma genel tarama modeli ile ve gönüllü katılım esasına dayalı olduğu için yaş dağılımı Tablo 2.'de görüldüğü şekilde gerçekleşmiştir. Ankete katılanların %43,6 (f=91) oranla en fazla 26-30 yaş aralığındaki kişiler olduğu görülmektedir. Bunun ardından sırasıyla %20,1 (f=42) ile 21-25 yaş aralığı, %19,1 (f=40) 31-35 yaş aralığı, %6,2 (f=13) ile 36-40 yaş aralığı, %4,8 (f=10) ile 41-45 yaş aralığı, %3,4 (f=7) ile 51 ve üstü yaş aralığı gelmektedir. Ankete katılım açısından % 1,4 (f=3) ile 46-50 ve 20 yaş ve altı katılımcıların eşit sayıyla araştırmaya en az katılım sağlayan yaş grupları oldukları görülmektedir. Yaş değişkenini cevapsız bırakan kişi bulunmamaktadır.

Tablo 3. Televizyon izlenme sıklığı

Sıklık	**Frekans (f)**	**Yüzde (%)**
Sürekli	57	27,3
Nadiren	136	65,1
Hiç	16	7,6
Cevapsız	0	0
Toplam	**209**	**100**

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, televizyon izleme sıklıklarında en yüksek oranın %65,1 (f=136) ile nadiren cevabının olduğu görülmektedir. Bunun ardından %27,3 (f=57) ile sıklıkla cevabı verilmiştir. Hiç televizyon izlemem diyenlerin oranı ise %7,6 (f=16) ile sınırlı kalmıştır. Televizyon izleme sıklığının sorulduğu soruyu cevaplamayan kişi bulunmamaktadır.

Tablo 4. Kemal Sunal Filmlerinin İzlenme Nedenleri

Neden	**Frekans (f)**	**Yüzde (%)**
Güldürü yoluyla gündelik sıkıntılardan uzaklaşma/gündelik hayatı yansıtması	78	37,3
Hoş vakit geçirme isteği	23	11
Karakterlerin (inek şaban, tosun paşa vs.) samimiyet ve içtenliği	61	29,2
Toplumun her kesimine hitap edebilmesi	31	14,8
Bilgi edinme (iyinin ödüllendirilip, kötünün cezalandırılması deneyimi)	3	1,4
Rol model alma	1	0,5
Popüler olanın (şapka, kolye, davranış biçimi vb.) deneyimlenmesi	1	0,5
Diğer	10	4,8
Cevapsız	1	0,5
Toplam	**209**	**100**

Kemal Sunal filmlerinin izleyiciler tarafından en fazla %37,3 (f=78) ile güldürü yoluyla gündelik sıkıntılardan kurtulmak ve filmlerin genel olarak gündelik hayatı yansıtması cevabının verildiği görülmektedir. Buradan hareketle Kemal Sunal filmlerinin hem güldürme hem de düşündürme niteliğinin öne çıktığı söylenebilir. İkinci sırada ise %29,2 (f=61) ile Kemal Sunal'ın filmlerinde canlandırdığı karakterlerin (inek şaban, tosun paşa vb.) insanlara samimi ve içten duygular uyandırması gelmektedir.

İzlenme nedenlerinde üçüncü sırada %14,8 (f=31) ile Kemal Sunal filmlerinin toplumun her kesiminden insana hitap edebilmesi gelmektedir. Daha sonra sırasıyla %11 (f=23) ile hoş vakit geçirme isteği, %4,8 (f=10) diğer (dönemin siyasal ve kültürel yapısını yansıtması, mizahi eleştiri, ders verici nitelik vb.), %1,4 (f=3) bilgi edinme, %0,5 (f=1) eşit oranlar ile rol model alma ve popüler olanın deneyimlenmesi cevapları verilmiştir. Söz konusu izlenme nedenlerini cevaplamayan %0,5 (f=1) katılımcı bulunmaktadır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde teknolojik gelişmelerin de etkisiyle bireylerin boş vakitlerini kullanış biçimleri, eğlenme ve hatta dinlenme biçimleri de kökten değişmiştir. Bu değişim daha çok bireyselleşme ve sosyal katılımın yok olması şeklinde gerçekleşmektedir. Bahsi geçen bu dönemin en büyük mimarlarından biri ise televizyondur. Tutum ve davranışları etkileme ve değiştirme gücü, bireylerin günlük yaşamlarında elde edemedikleri tatminleri doyuma ulaştırma aracı gibi birçok farklı amaçlarla televizyon neredeyse her evin vazgeçilmez bir nesnesi haline gelmiştir.

Teknolojinin sürekli ilerlemesi ve buna bağlı olarak kültür endüstrisi ürünlerinin fazlalaşması, kitle iletişim araçlarına olan bağlılığı gün geçtikçe arttırmıştır. Bu çalışmada bireylerin medyayı, özellikle de televizyonu hangi amaçlarla kullandıkları ve bundan ne gibi tatminler elde ettikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Analiz içinse Kemal Sunal filmleri seçilmiştir. En genel şekliyle insanların televizyonu özellikle eğlence amaçlı olarak kullandıkları saptanmıştır. Bunun yanı sıra boş zaman aktivitesi, sosyalleşmek, diğer insanlarla aynı deneyimleri paylaşabilmek gibi türlü nedenlerle televizyonun bir doyum aracı olarak kullanıldığı ifade edilebilir.

Toplamda 209 kişinin katıldığı bu araştırma sonuçlarına göre insanların Kemal Sunal filmlerini en çok güldürü yoluyla gündelik sıkıntılardan kurtulmak ve filmlerin genel olarak gündelik hayatı yansıtması gibi gereksinimlerini doyuma ulaştırmak için izledikleri görülmüştür. Daha sonraki en çok izlenme nedeni ise Kemal Sunal'ın filmlerinde canlandırdığı karakterlerin (inek şaban, tosun paşa vb.) insanlara samimi ve içten duygular yaşatması olmuştur. Buradan hareketle denilebilir ki, söz konusu filmler bireylerin kendi dünyalarında veya sosyal/özel hayatlarında yoksunluğunu yaşadıkları samimiyet duygusu yaşatmaktadırlar. İzlenen filmler aracılığıyla da bu yoksunluk ve gerilimden kurtulmak amaçlanmıştır.

Diğer bir izlenme nedeni ise Kemal Sunal filmlerinin genel olarak toplumsal anlamda bir anlaşma/paylaşım aracı olarak kullanılmasıdır. Çünkü filmlerin toplumun her kesiminden insana hitap ettiği görüşü yaygındır. Diğer

izlenme nedenleri ise insanların hoş vakit geçirme ihtiyaçlarını gidermek, bilgi edinme ihtiyaçlarını karşılamak ile rol model alma ve popüler olanın deneyimlenmesi gereksinimlerinin doyuma ulaşmasını sağlamaktır. Bulgulara bakıldığında genel anlamda bireylerin söz konusu filmleri *Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı*nda da belirtildiği gibi aktif bir şekilde belli ihtiyaçları karşılamak amacıyla izledikleri saptanmıştır.

Kemal Sunal özelinde bakıldığında ise Kemal Sunal kendi yazdığı yüksek lisans tezinde kendi filmlerinin izlenme nedenlerini şu şekilde belirtmiştir; Türk ulusunun mizaha olan yatkınlığı, Türk ulusunun duygusal bir mizaca sahip olması, Kemal Sunal'ın filmlerinin güçsüzlere karşı sempati ve şefkat duygularını yoğunlaştırması, filmlerde Keloğlan saflığının yanı sıra, Nasrettin Hoca'ın uyanıkça tabir edilen fikirlerini yansıtması ve ince espiri anlayışını günümüze taşıması. İzleyiciler de filmlerde sözü edilen bu niteliklerin çoğunu bulduklarını ve doyum sağladıklarını yoğun ilgi ve sevgileri ile göstermişlerdir (Sunal, 1998:105).

Çalışmanın tarafsızlığına katkı sunmak açısından eleştirel yönden de değerlendirme yapmak gerekmektedir. Kurama göre aktif olan bireyin aslında televizyonu gerçekten ne amaçla kullandığını belirlemek oldukça önemlidir. Birey televizyonu kişisel bir ilişki ihtiyacını karşılamak maksadıyla mı kullanmaktadır yoksa doğrudan bu ilişkinin yerine televizyonu mu koymaktadır? Kurama göre özgür ve rasyonel olan bireyin gerçekte gayri iradi şekilde televizyona maruz kalması beklentileri/ihtiyaçları karşılamaktan çok insan doğasını sömürme biçimi olarak da düşünülebilir.

Filmlerin de birer medya ürünü olduğu gerçeğinden hareketle popüler kültürü oluşturan ve yayan televizyonun bu anlamda güçlü bir silah olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Çalışma kapsamında ve kuramsal çerçeve açısından medyanın insanları değil aslında insanların medyayı seçtiği ve kullandığı varsayımından yola çıkılarak bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

Nitekim çalışma belirlenen sınırlılıklar içerisinde ve örneklemlerle gerçekleştirilmiştir. Ancak farklı bir örneklem veya farklı bir medya ürünü ile gerçekleştirilen araştırmanın/araştırmaların sonuçları farklılık teşkil edilebilir. Çalışmanın ilgili literatüre katkı sunması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

Adorno, T.W. (2003). Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken, Cogito Dergisi. (çev: B.O. Doğan). İlkbahar-Yaz, Sayı:36.

Atay, T. (2004). Yaşasın Meşhuriyet Çağı:Popüler Kültürden Kitle Kültürüne Türkiye İzlenimleri. İstanbul:Epsilon Yayınları.

Batmaz, V. (1981). Popüler Kültür Üzerine Değişik Kuramsal Yaklaşımlar. Ankara: A.İ.T.İ.A. Yayın Organı

Bektaş, A. (1996). Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Bourdieu, P. (1997). Televizyon Üzerine. (çev.T. Ilgaz). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Dominic, J.R. (1990). The Dynamics of Mass Communication, (çev. S. Akpınar).New York: McGrawHill.

Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2002). Öteki Kuram. Ankara: Erk Yayınları

Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005). Kültür ve İletişim. Ankara: Erk Yayınları.

Fiske, J. (1999). Popüler Kültürü Anlamak, (çev. S.İrvan). Ankara: Ark Yayınları

Fiske, J. (2003). İletişim Çalışmalarına Giriş. (çev. S. İrvan). Ankara:Bilim ve Sanat Yayınları.

Güngör, N. (2016). İletişim, Kuram ve Yaklaşımlar. Ankara:Siyasal Kitabevi.

Kaplan, Y. (1991). Enformasyon Devrimi Efsanesi (Modernleşme Kuram ve Uygulamalarının Eleştirisi). Kayseri:Rey Yayıncılık.

Karakoç, E. (2014). Medya Aracılığıyla Popüler Kültürün Aktarılmasında Toplumsal Değişkenlerin Rolü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi. Vol.2 Sayı.3.

Karasar, N. (2016). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara:Nobel Yayıncılık.

Kars, N. (2003). Televizyon Programları Yapalım Herkes İzlesin. İstanbul: Derin Yayınları.

Katz, E., Blumler, J. G., Gurevitch, M. (1974). Uses and Gratifications Research. The Public Opinion Quarterly, Vol. 37, No.4 (Winter, 1973-1974) by Oxford University Press.

Mutlu, E. (1999). Televizyon Ve Toplum. Ankara: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Yayınları.

Oktay, A. (1993). Türkiye'de Popüler Kültür. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Oskay, Ü. (1982). Çağdaş Fantazya. İstanbul: Der Yayınları

Rabassiere, H. (1960). Indefense of Television Free. (çev.Ö. Güllüoğlu). Kayseri: Pres, Glencoe.

Rowe, D. (1996). Popüler Kültürler. (çev. M. Küçük). İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Schudson, M. (1999). Popüler Kültürün Gerçekliği:Akademik Bilinçlilik ve Duyarlılık. (çev.N.Güngör). Ankara: Vadi Yayınları.

Sunal, K. A. (1998). TV ve Sinemada Kemal Sunal Güldürüsü. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2013). İletişim Araştırmaları ve Kuramları. İstanbul:Derin Yayınları.

Türkiye'nin Kalkınmadaki Yeni Hamleleri: Kamu-Özel Ortaklıkları Yoluyla Attığı Adımlar

Prof. Dr. Feride D. Gönel[1]

[1]Yıldız Teknik Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, gonel@yildiz.edu.tr

Özet: Kamu-Özel Ortaklıkları (KÖİ), benzer pek çok gelişmekte olan ülke gibi, Türkiye'nin kalkınma politikaları için de, artarak kullanılmaya başlanan kalkınma finansmanı araçlarından biridir. Kullanımı daha eskilere uzansa da, 1980'lerde gelişmiş ülkeler tarafından yoğun olarak kullanılmaya başlanan bu araç aslında, karmaşık sözleşme yapısı, süreç tasarımındaki zorluklar, özel sektörün yetkin olmaması ve ihtiyaç duyduğu güçlü kurumsal destek nedeniyle, gelişmekte olan ülkelerin son derece dikkatli kullanması gereken bir yoldur. Bu risklere rağmen, Türkiye, 1980'lerde enerji alanında, 2000'lerin başından itibaren de kritik altyapı projelerinde, bu aracı kullanmış ve kullanmaya da devam etmektedir. Bir ülkenin kalkınmasında, ulaşım, enerji, telekomünikasyon, atık su ve su kaynakları gibi öncelikli alanlar düşünüldüğünde, altyapı gelişimi bir ülkenin uzun vadeli büyümesinin adeta omurgasını oluşturur ve görece daha önemli olarak düşünülebilir. Dünya Bankası verilerine göre 2000'den bu yana Türkiye'nin imza attığı 185 KÖİ şeklindeki altyapı projesinden 157 tanesi enerji alanında, geri kalanı ise ulaştırma alanında yer alıyor. Yani Türkiye ekonomik kalkınmanın en önemli iki alanında altyapı yatırımlarını tamamlamakta ve/veya yenilemektedir. Ancak bu büyük projelerin ülkenin büyümesi ve kalkınması açısından olumlu yönleri olduğu kadar risk barındırdıklarına da göz önüne almak gerekir. Örneğin, kimi KÖİ projeleri için öngörülen finansman maliyeti, kamu sektörünün tek başına finansmanından daha yüksek olabilmektedir; bunda, projelerin tamamlanmasında yaşanabilen gecikmeler, doğru hesaplanamayan proje kapasiteleri nedeniyle taahhütlerden kaynaklanan maliyet artışı, özel sektörün beklenen ek finansmanı yaratamaması gibi pek çok unsur rol oynar. Bu çalışma, 2000 sonrası enerji ve ulaştırma KÖİ projelerinin Türkiye'nin kalkınma hedefleri açısından olumlu ve tehdit oluşturan yönlerini ve içinde yer aldığı yüksek-orta gelir grubu ülkelerle karşılaştırmalı değerlendirmesini içermektedir.

Anahtar Kelimeler: Kamu-Özel İşbirlikleri, Ekonomik Kalkınma, Türkiye, Altyapı yatırımları

New Moves in Turkey's Development: Steps by Public-Private Partnerships

Abstract: Public-Private Partnerships (PPP) is one of the most increasingly used financing tolls in Turkey's development policy as many developing countries. Beginning to be used by the developed countries in the 1980s, the tool is actually considered a way that developing countries should use with extreme caution due to the complex contract structure, the difficulties in process design, the lack of competence of the private sector and the strong institutional support needed. Despite these risks, Turkey has continuous used PPPs in especially critical infrastructural investments. Infrastructure development is almost the backbone of the long-term growth of a country and can be considered to be more important when considering priority areas such as transportation, energy, telecommunications, sanitation and water resources in the development of a country. According to World Bank data, Turkey has 185 PPP projects; 157 of them belongs to energy, while the rest belongs to transportation. So that means Turkey has tried to complete and/or renew its infrastructural structure in the two most important areas. However, it is also important to consider that these large projects have as much risk as the positive aspects of the country. For example, the cost of financing for some PPP projects may be higher than the funding of the public sector alone; The reasons include many factors such as delays in the completion of projects, cost increases due to miscalculation of project capacities, and the inability of the private sector to create the expected additional financing. This study examines the energy and transportation PPP projects of Turkey after 2000 from the perspective of Turkey's development goals.

Key words: Public-Private Partnership, Economic Development, Turkey, Infrastructure investments

GİRİŞ

İkinci dünya savaşından bu yana, ülkelerin kalkınmalarında, kamunun altyapı yatırımlarını üstlenmesi, ekonomik büyümenin adeta olmazsa olmazı olarak kabul edilmiştir. Günümüzde de bu geçerli bir argüman olmaya devam etmektedir. Örneğin, pek çok Afrika ülkesinin ekonomik büyümelerinin önündeki en büyük engel hala altyapı eksikliğidir. Keza Ekonomist dergisi 2013 yılında, "Amerika'nın altyapısı, yaratıcı çözümler arayışını teşvik eden korkunç bir durumda" şeklinde başlık atarken, gelişmiş ülkeler için de altyapıya yatırım yapılmasının ne kadar önemli olduğunu hatırlatmıştır (Economist, 16/3/2013). Altyapı yatırımları, kapsadıkları mal ve hizmetler açısından nüfusun tamamı tarafından kullanılma potansiyeline sahip olduğu için, kamu tarafından gerçekleştirilmesi beklenen yatırımlardır. Bu hem sosyal ve siyasal hem de ekonomik açıdan rasyonel bir bekleyiştir. Bu aynı zamanda, 2. Dünya Savaşı sonrası ortama da uygun bir ekonomi politikası olarak biçimlenmiş ve hayata geçirilmiştir. Ancak kamunun üstlendiği bu yatırımların finansmanı, 1980lerden

itibaren şekil değiştirmiş ve piyasa-bazlı neoliberal politikaların egemenliğinde yeniden tasarlanmıştır. Bu noktada yeniden yoğun bir şekilde güncellenerek önerilen Kamu-Özel İşbirliği (KÖİ) projeleri hızla gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yaygınlaşmıştır.

Bu çalışma, 2000 sonrası enerji ve ulaştırma KÖİ projelerinin Türkiye'nin kalkınma hedefleri açısından olumlu ve tehdit oluşturan yönlerini ve içinde yer aldığı yüksek-orta gelir grubu ülkelerle karşılaştırmalı değerlendirmesini içermektedir. Bu çerçevede, çalışma önce kısaca dünyada ve Türkiye'deki KÖİ projelerine ve özel sektörün altyapı projelerindeki katılımına bakacaktır. Ardından enerji ve ulaştırma alanındaki projeler, kalkınma perspektifinden fırsatlar ve riskler boyutunda incelenecektir.

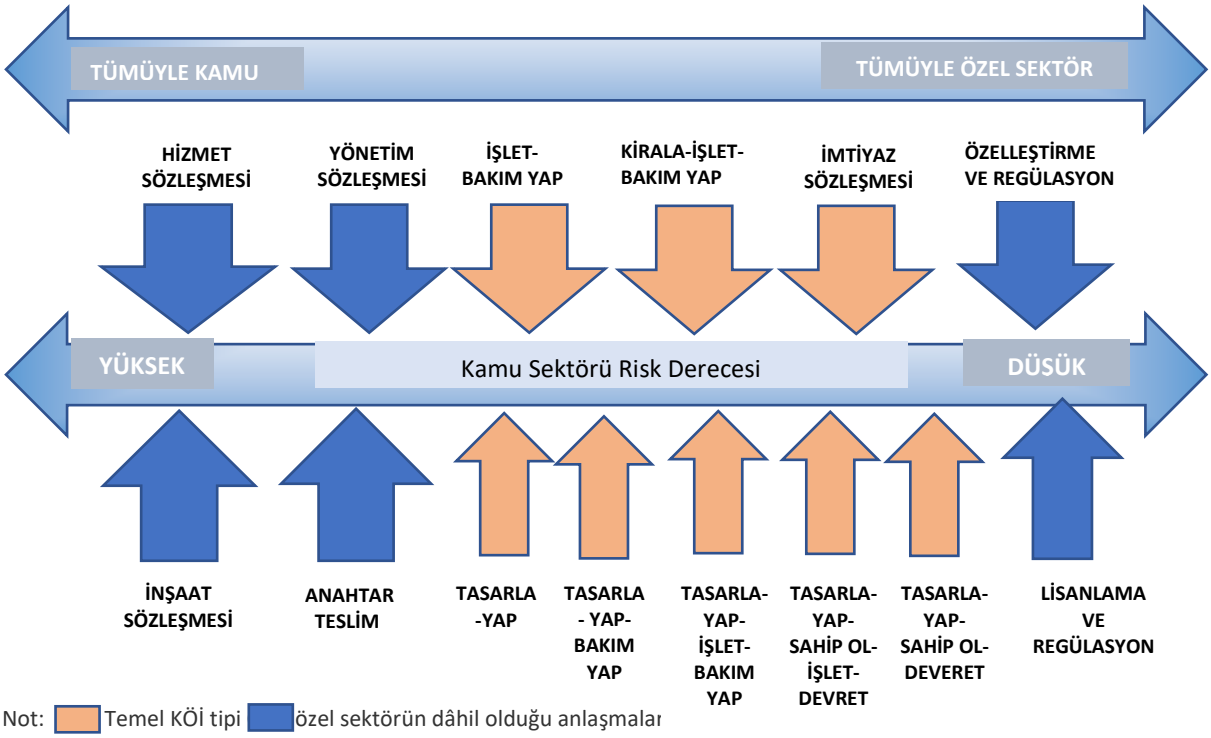
1. KAMU-ÖZEL İŞBİRLİKLERİ: ESKİ BİR ARACIN YENİDEN YÜKSELİŞİ

1980'lerin en popüler politikalarından biri olarak ülkelerin kalkınma politikası araçları içine giren Kamu-Özel Ortaklıkları ya da Türkiye'de tercih edildiği şekliyle Kamu-Özel İşbirliği, ilk bakışta neoliberal politikalarla uyumlu bir durum sergiliyordu. Bir yandan risklerin özel sektöre aktarılması yoluyla kamu yatırımlarının özel finansmanından daha yüksek verim elde edilecek, öte yandan da özel sektörün önü açılarak, daha geniş ve karlı olabileceği alanlara erişimi sağlanacaktı. Özellikle 1980'lerde Thatcher ve Reagan yönetimlerince KOİ'ler, kentsel kalkınma stratejilerinin hayata geçirilmesi için hızlandırıldı. Langton'un da belirttiği gibi model, temelde ülke kalkınmasında, hükümet, özel sektör, sivil toplum kuruluşları ve vatandaşların büyük bir işbirliğini yansıtıyordu (Langton, 1983:256), ancak bir süre sonra, KÖİ projeleri kalkınmada, özel sektör ve piyasanın olmazsa olmazı olarak gösterilmeye ve kullanılmaya başlandı.

Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, 2. Dünya Savaşının ardından izlenen Keynesyen politikalar, bir yandan büyük ölçekli kalkınma projelerinin kamu tarafından gerçekleştirilmesini ancak öte yandan büyük bir maliyet ve borç yükü ortaya çıkarmıştı. 1970'lerin sonlarına doğru, pek çok gelişmekte olan ülke, hedefledikleri kalkınma stratejilerini etkin bir şekilde uygulamak için ciddi fon sıkıntısı ve kaynak eksikliği ile karşı karşıya kaldı. 1982'de Dünya Borç krizi ilan edildiğinde, pek çok ülke kalkınma politikalarında ciddi değişiklikler yapmaya başlamıştı. Bir süre sonra, özelleştirme yanlısı neoliberal politikaların kamunun artan açıkları ve biriken borçları ile birleşmesinden doğan KÖİ, hükümetler için adeta kaçınılmaz bir finansman aracı olarak önerilmeye ve tercih edilmeye başlandı. 1990'ların başlarında soğuk savaşın sona ermesinden sonra, bu çerçevede iki temel küresel eğilim kendini göstermeye başladı. Biri, hükümetlerin piyasaları desteklemesi diğeri ise hükümetlerin farklı sivil toplulukları desteklemesi şeklindeydi. Bu eğilimlerin bir arada düşünülmesi ve her iki taraf için de bir kazan-kazan durumu yaratmak adına uluslararası kuruluşların da desteği alınarak Langton'un belirttiği "*büyük işbirliği*" hayata geçirilmeye başlandı. Bu noktada Dünya Bankası, UNDP, USAID ve IMF gibi uluslararası kuruluşların KÖİ-yanlısı önerilerinin önemli rolü oldu (USAID, 2012:4; World Bank 1997: 4). Ayrıca söz konusu ortaklıkların, piyasa başarısızlıklarına karşı kullanılıp, kamu başarısızlığını minimize etmede de bir araç olabileceğinin farkına varıldı. Kaçınılmaz şekilde karşımıza çıkan piyasa başarısızlıklarının, özellikle bazı altyapı yatırımları veya kamu hizmetleri için kamu mülkiyetini meşru kıldığı durumlarda, KÖİ etkin bir ara çözüm olarak değerlendirildi (World Bank, 2015:4).

Basit olarak, hükümet ile bir veya daha fazla özel sektör şirketi arasında farklı hukuki yöntemlere dayalı ortaklık yoluyla, kamu hizmetlerinin finansmanı olarak tanımlanabilecek KÖİ modelinin üzerinde anlaşılan tek bir tanımı yok. Hatta literatürde KÖİ projelerinin farklı anlam ve tanımlamalarının gözden geçirilip, ampirik çalışmalar için kullanılmaya devam edilip edilmemesine yönelik analizler ve tartışmalar da yapılıyor (Marsilio et al., 2011: 764). Günümüzde, özel sektörün iştirak ettiği yatırım projelerinin hepsi, bir üst kavram olarak KÖİ yatırımları olarak ele alınmakla birlikte, ölçeklerine, yükümlülük ve risklerine göre çok farklı yöntemlerle anlaşmalar yapılmaktadır (Şekil 1). Bu yöntemler arasında, yap-işlet-devret, yap-sahip ol-işlet-devret, Tasarla-Yap-İşlet, İşletme ve bakım sözleşmesi, İnşaat sözleşmeleri, Anahtar teslim sözleşmeler gibi pek çok çeşit yer almaktadır (Jomo, 2016:5). Şekil 1'den görüleceği gibi, kamunun mu özel sektörün mü daha etkili olduğu ve belirlenen risk paylaşımının boyutu vasıtasıyla KÖİ projelerinin içeriği ve ismi belirlenmektedir. Örneğin, Yapım İmtiyaz Sözleşmelerinde, kamu hizmetinin sunulması, karı ve zararı ile birlikte özel sektöre devredilmektedir. Özel sektör söz konusu kamu hizmetini gerçekleştirmek için gerekli yatırımları yapmakta, hizmetin bedelini de kullanıcılardan kendisi almaktadır. Hizmet Sözleşmelerinde ise, kamunun mülkiyet hakkı kendisinde saklı olmak üzere, sadece kamu işletmesi özel sektöre devredilmekte, işletme ve bakım risklerini özel sektör üstlenmektedir. Türkiye'de bu tür sözleşmeler genellikle, İşletme Hakkı Devri olarak isimlendirilmektedir.

Şekil 1. Farklı KÖİ Türleri ve Risk Dağılımı



Kaynak: Jomo (2016: 5)

Konu ile ilgili, ekonomiden coğrafyaya, mühendislikten hukuka, kamu yönetimi ve finansmana uzanan çeşitli disiplinlere yayılmış çok geniş bir literatür vardır. Bu çalışmaların çoğu, örnek yatırımları derinlemesine inceleyen ya da ülkelere özgü bilgileri sunan çalışmalardır. Hodge ve Greve, 2007 yılında yayınladıkları çalışmada (2007: 546), literatürde KÖİ çalışmalarını iki ana yaklaşım etrafında sınıflandırıyorlar. Bazı çalışmalar, KÖİ projelerini geleneksel kamu ihaleleri yerine kullanılacak, daha etkin ve rekabetçi bir ihale yöntemi olarak değerlendirirken (Van Ham ve Koppenjan, 2001: 598), bazıları kamu hizmetlerinin ifasında özel kuruluşların görevlendirilmesi ve büyük altyapı projelerinin yenilenmesinde kullanılan yeni bir yöntem veya adeta bir *dil oyunu* gibi düşünmektedir (Linder, 1999: 36; Teisman ve Klijin, 2002: 197; Hodge et al., 2018). Yani, *taşeron* ya da *özelleştirme* yerine kullanılan ve aslında hükümetlerin veya siyasilerin kullandıkları ve bu tür faaliyetleri bulanıklaştıran bir *dil oyunu* olarak kabul edilmektedir. Bu çalışmalardan bazıları daha da ileri giderek, altyapı yatırımlarındaki KÖİ projelerinin eşitsiz bir gelişim ortamı sunduğuna da dikkat çeker (Graham ve Marvin, 2001; Annez, 2006, Siemiatycki, 2006; Rodriguez, 2007; Torrance, 2008). Özel yatırımcıların yatırımlarını daha karlı alanlara yöneltme arzuları, sonuçta kamunun hizmet alanlarını sınırlayıcı bir KÖİ şeklinde ortaya çıkabilecektir. Örneğin, küresel çapta ulaştırma alanındaki KÖİ şeklindeki yatırımları inceleyen Siemiatycki (2013:1257), 1984-2008 arasında gerçekleştirilen KÖİ şeklindeki ulaştırma projelerinin yarısından fazlasının sadece 8 ülkede (İspanya, İngiltere, Hindistan, Çin, Meksika, Brezilya, Avusturalya ve ABD) olduğunu vurgulayarak, bu eşitsizliğe dikkat çeker. Aynı yaklaşım ülke içindeki KÖİ projeleri için de geçerli olabilmektedir.

Sonuçta, KÖİ projeleri konusunda net bir uzlaşı olmadığı halde, literatürde bu kadar çok tartışılmasının nedeni, yaygın olarak kullanılan bu modelin gerçekten de ülkelerin kalkınmalarında işe yarayıp yaramadığının tespit edilmesi ve ekonomik ilişkilerin giderek karmaşıklaştığı günümüz dünyasında, hükümetler tarafından üstlenilen devasa finansal taahhütleri takip etme zorunluluğudur. Gerçekten de kalkınma perspektifinden bakıldığında KÖİ projeleri, kâğıt üzerinde hükümetlerin, özel sektör olanaklarını artıracak şekilde özel finans sermayesinden ve teknik bilgisinden yararlanacağı, ayrıca düşük gelir grubu ülkelerin sosyo-ekonomik gelişimini hızlandıracak uygulanabilir bir model olarak görülmektedir (Weihe, 2008: 435). Ancak, bu ortaklık sanıldığı kadar eşit bir yapıda olmaz; özellikle altyapı KÖİ yatırımlarında, genellikle hükümetlerin yönlendirme görevi üstlenmeleri ya da ortaklığa aracılık eden lider yönetici pozisyonu almaları kaçınılmazdır. Kalkınma amaçlı KÖİ projelerinde hükümetlerin görevi, risk sermayesi sağlayarak ya da üretilecek ürün veya hizmet için risk sermayesi veya ortaklıklar sağlayarak, riski azaltmaktır. Ancak bu risk bazen kamu aleyhine bir durum yaratabilir. Yapılan bu ortaklık her iki tarafın da yararına olacak şekilde, riskleri, maliyetleri ve kaynakları paylaştıkları ve uzun dönem bir taahhüdü içeren bir işbirliği şeklini almalıdır (Van Ham ve Koppenjan, 2001: 598; Grimsey ve Lewis, 2004:

xiv; Koppenjan ve Enserink, 2009). Anlaşılacağı üzere, bu tanımlamanın içerisinde son derece önemli üç husus yer almaktadır; *ilki*, zaman olarak uzun dönemli bir işbirliğini kapsamasıdır ki ülkenin ekonomik kalkınması açısından son derece önemlidir. Kamunun çeşitli mal ve hizmet üretiminde özel sektörle olan geleneksel iş yapma yönteminden farklı olarak, KÖİ projelerinde, iki tarafın işbirliği hem yapım hem de işletme aşamasında devam etmektedir. *İkincisi*, risk ve kaynak paylaşımından bahsedilmektedir ki, aslında bu paylaşımın eşit olması son derece önemlidir. Gelişmekte olan ülkelerin giderek artan toplumsal kamu hizmeti ve altyapı talebini karşılamak için cazip bir finansman olanağıdır. Ancak özel sektör için de aynı hizmetlerin cazip kılınması gerekir. Ayrıca gelişmekte olan ülke hükümetlerinin mali kaynak sıkıntısı dikkate alındığında yatırım maliyetinin özel kesime aktarılması bir avantaj olmaktadır. Ancak bu durumun tersine işlememesi için yani kamunun düşündüğünden daha yüksek bir maliyetle karşı karşıya kalmaması için, KÖİ proje finansmanının dikkatli planlanması gerekir. Genelde proje finansmanı için borç verenlerin, kredilerin geri ödenmesinde, projenin yaratacağı nakit akımlarını ve proje varlıklarını kredi teminatı olarak kabul etmeleri, proje taraflarının olası durumları da dikkate alan bir planlama yapmalarını zorunlu kılar. Özellikle, projenin nakit akışlarının borç servisini ve kabul edilebilir bir varyasyon marjını kapsayacak kadar yüksek olması gerekir. Üstelik de birden fazla finansörün bulunduğu durumlarda, her birinin risk ve vade tercihleri değişebildiğinden, hesaplamaların dikkatli yapılması daha da önem kazanmaktadır. Projelerin sponsorları, yüksek bir kaldıraç elde etmek için, genellikle yüksek bir borç/varlık oranına sahip KÖİ'leri finanse etme arzusundadırlar. Yüksek kaldıracın yatırımcılara daha yüksek getiri sağlayacağı düşüncesi, borçlanmayı öz sermayeden daha kolay hale getirebilmektedir (Yescombe. 2002: 120) *Üçüncü* husus ise, bu işbirliği sonucu ortaya çıkacak ürün veya hizmetin varlığıdır ki bunun da ülke için gerekli ve doğru bir tercih olması son derece önemlidir. Bir başka ifadeyle kamu yararının söz konusu olması gerekir. Kamu hizmeti ve yararının gerçekleşmemesi ile ilgili pek çok risk ortaya çıkabilmektedir; örneğin, sözleşmenin sona ermesine yakın dönemlerde, özel sektör sözleşmenin yenilenmeyeceği kuşkusuna sahipse, yatırımla ilgili tamir, bakım vb hizmetleri yapmayabilir. Bu anlamda, bu çalışmanın amaçlarından biri, KÖİ projelerinde söz ettiğimiz bu hususların eşitsiz bir şekilde uygulanmasının ortaya çıkaracağı sorunlar için de bir çerçeve sunmaktır.

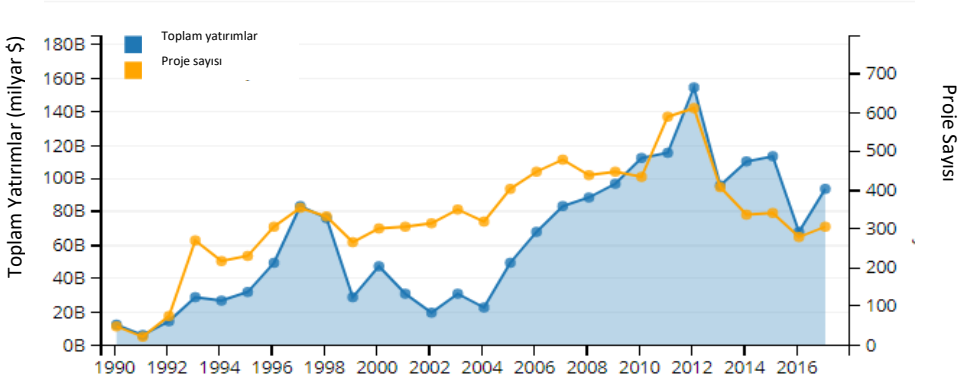
Günümüzde KÖİ terimi, altyapı ile ilgili hizmetlerin özel sektör eliyle sağlanması bağlamında giderek daha fazla kullanılıyor; yani özel sektör, altyapı hizmetlerinin tedarikinde veya kamunun altyapı hizmeti sağlamasında desteğini artırmaktadır. Düşük ve orta-gelir grubu ülkelerde, altyapı KÖİ projeleri dar anlamda, sadece işletme ve/veya bakımı tek bir sözleşmeye dâhil eden düzenlemelerdir. Bu tür KÖİ projelerinde, özel sektör finansmanının varlığı, özel sektörün risk dağılımında eşit pay alması şeklinde olur. Geniş anlamda altyapı KÖİ projeleri ise, bunların yanı sıra ortak girişimleri, kiralama ve yönetim sözleşmelerini de kapsar. Altyapı sektörü esas olarak dört ana grup etrafında kümelenmektedir; enerji, ulaştırma, bilgi ve iletişim teknolojileri (BİTler) ve su (son grup kimi sınıflandırmalarda, belediye hizmetleri şeklinde sağlık ile ilgili yatırımları da kapsar). Zamanla altyapı KÖİ kullanımı yeni alanlara doğru genişlemiştir; fiziksel altyapının yanı sıra eğitim, öğrenci yurtlarının inşası gibi sosyal altyapı da bu terimin içinde yer almaya başlamıştır. Başlarda örneğin İngiltere ve Avusturalya'da altyapı KÖİ projeleri büyük ölçüde otoyol, köprü ve tünel gibi alanlarda iken, günümüzde artık sosyal konutlar, kentsel yenilenme, atık yönetimi, okul ve hastane gibi sosyal altyapıyı da kapsamaktadır. Türkiye'deki şehir hastaneleri projeleri de, bu anlamda sosyal altyapı örneklerindendir.

2. KISACA DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE ALTYAPI SEKTÖRÜNDE KÖİ GELİŞİMİ

KÖİ projeleri özellikle 1990'lardan itibaren ciddi bir artış göstermiştir. Bu hızlı gelişme sürecinde, 1980'lere hızlı giriş yapan ve içeriğinde kamuyu ekonominin hemen her alanından uzaklaştırma gayretkeşliğindeki Washington ve Post-Washington Uzlaşısı süreçlerinin hüsrana uğrayan uygulamalarının etkisi vardır. 1980'lerde gelişmekte olan ülkelerde, bir yandan özel sektörün ülkenin kalkınması ve ekonominin büyümesi için gereken altyapı hizmetlerinde her türlü teşvike rağmen yaygın ve eşitlikçi davranamıyor olması, bir yandan da seçimle işbaşına gelen hükümetlerin yapılacak hizmetleri yaygın ve herkese yönelik yapma sorumluluğu, KÖİ modellerini cazip hale getirmiştir. Dünya Bankası verilerine göre, 1990-2017 arası 27 yıllık dönemde tüm dünyada 7023 proje ile toplamda 1.7 trilyon dolar tutarında KÖİ ve KÖİ-olmayan tarzda özel sektörün iştirak ettiği yatırım projesi planlanmıştır, bu projelerin yarısına yakını (%48) elektrik enerjisi üretimine geri kalanı sırayla ulaştırma, BİTler ve su hizmetlerine yöneliktir (Dünya Bankası, 2018). 1990'larda yükselmeye başlayan yeni (*greenfield*) altyapı yatırımları, farklı kriz dönemlerinde (örneğin 1997-1998, 2002, 2008) kesintiye uğramış, daha sonra tekrardan yükselişe geçmiştir. Özellikle 2009-2012 dönemi bir patlama dönemi olarak nitelendirilmekte bu tarihten sonra bir yavaşlama gözlenmektedir (Grafik 1).

2017 yılına gelindiğinde, toplamda 302 adet KOİ planlanmıştır; içlerinden sadece 16 adedi düşük gelir grubu ülkelerde, 116 adedi düşük orta gelir grubu ülkelerde, geri kalan 134 proje yüksek orta gelir grubu ülkelerdedir. Söz konusu bu yatırımların sadece 44 adedi var olan bir tesisin kamudan satın alınması ya da kiralanması (*brownfield*) şeklindedir, geri kalanlar Yap-İşlet-Devret ya da Yap-Sahiplen-İşlet yöntemlerini de kapsayan yeni yatırım (*greenfield*) olarak yapılmıştır. Yatırımların 201 adedi enerji, 6 tanesi Bilgi ve İletişim Teknolojileri, 64 tanesi ulaştırma ve geri kalanı su-kanalizasyon alanı yatırımlarıdır (Dünya Bankası, 2018).

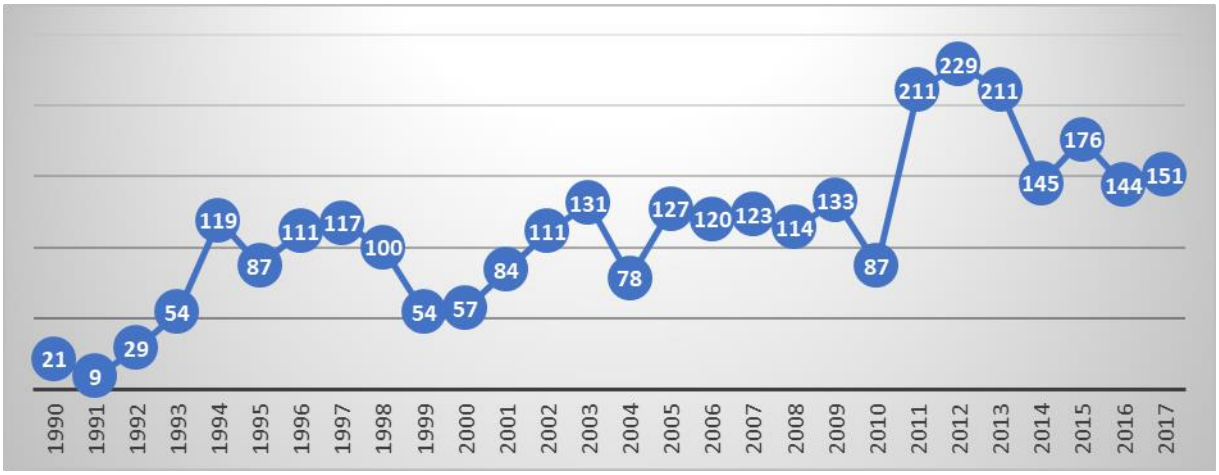
Grafik 1. Düşük ve Orta Gelir Grubu Ülkelerin Toplam KÖİ yatırımları ve Proje Sayısı, 1990-2017



Kaynak: Kaynak: http://ppi.worldbank.org

1990-2017 arası dönemde sadece KÖİ şeklindeki projelerin sayısı 5964'dür; bunun sadece 216 tanesi iptal edilmiş, 194 adedi tamamlanmış, 62 tanesinde sorun bulunmakta geri kalan 5492 adedi aktif halde yapımı devam etmektedir. Ülkeler bazında bakıldığında son yıllarda Mısır, Endonezya, Meksika gibi ülkelerin proje sayılarını artırdıkları ancak, Lübnan, Peru, Filipinler, Brezilya, Kolombiya ve Türkiye'nin proje sayılarında önemli düşüşler gözlenmektedir. İçlerinde BRICS gibi yükselen ekonomilerin de yer aldığı yüksek-orta gelir grubu ülkelerde de benzer trendi görmek mümkündür (Grafik 2). Bu grup, 2017 yılı itibariyle toplam 151 KOİ projesine sahiptir.

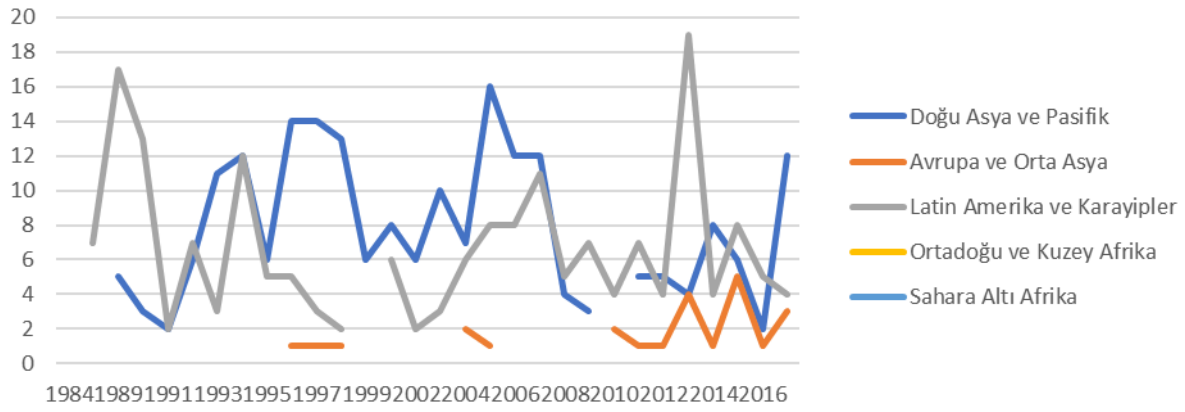
Grafik 2. Yüksek-Orta Gelir Grubu Ülkelerdeki Yeni KÖİ Yatırımları Sayısı, 1990-2017



Kaynak: http://ppi.worldbank.org

Grup içerisinde alt bölgeler itibariyle bakıldığında, Doğu Asya ve Pasifik ülkeleri toplam projelerin yarısından fazlasına (%53) sahiptir. Her ne kadar 2016 yılı ile karşılaştırıldığında MENA (Orta Doğu ve Kuzey Afrika) ve Orta Asya ülkelerinin altyapı yatırımlarında özel sektör payı yükselmişse de, özellikle Sahra-altı Afrika ve MENA bölgesi hala diğer bölgelerin çok gerisindedir (Grafik 3). Öte yandan düşük-gelir grubu ülkeler, 2017 itibariyle sadece 16, düşük-orta gelir grubu ülkeler ise 116 yüksek-orta-gelir grubu ülkeler ise 170 projeye sahiptir. Dolayısıyla, belli ülke ve bölgelerin KÖİ altyapı yatırımlarından daha büyük bir pay aldıkları ve bu anlamda Siemiatycki'nin yukarıda sözünü ettiği coğrafi eşitsizliğin hala devam ettiğini söyleyebiliyoruz.

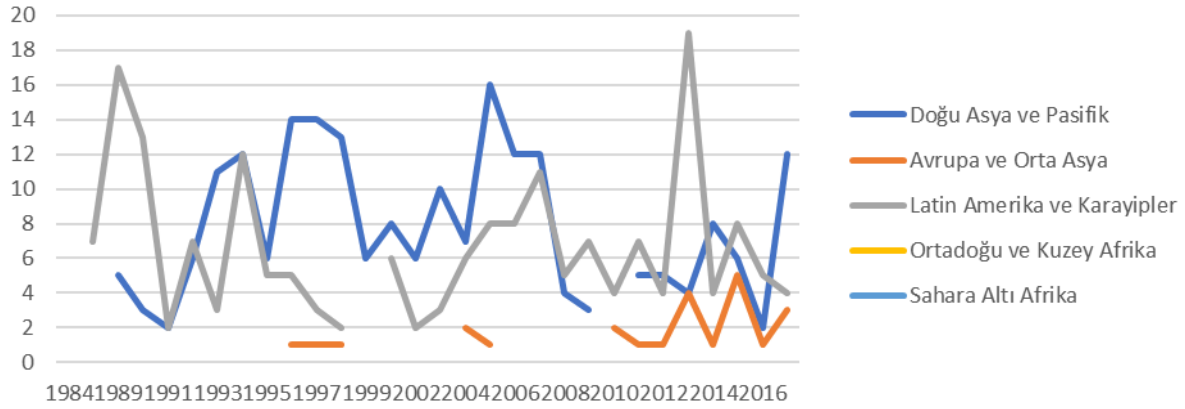
Grafik 3. Bölgelere Göre Yüksek-Orta Gelir Grubu Ülkelerdeki KÖİ Sayısı, 1984-2016



Kaynak: http://ppi.worldbank.org

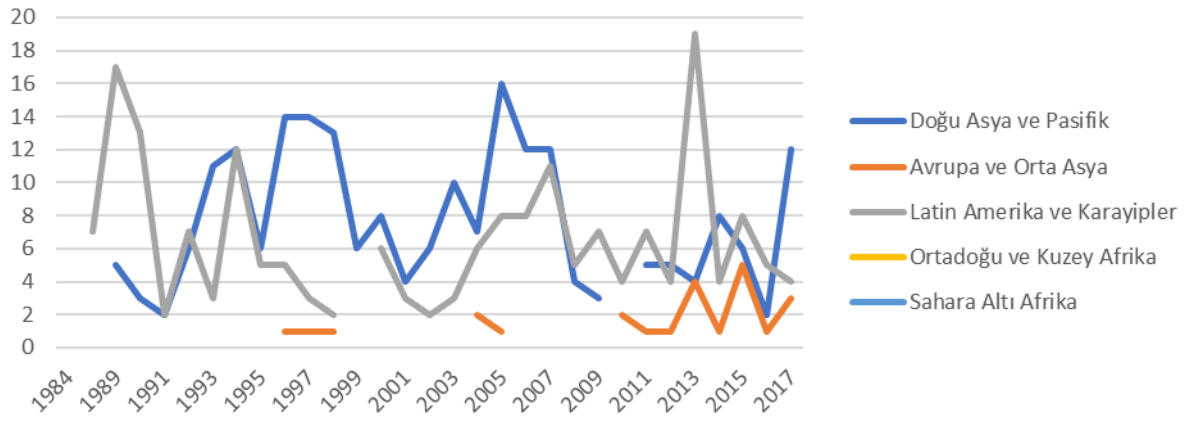
Özel sektörün kamu ortaklığıyla yaptığı yatırımlar içerisinde, yukarıda da belirttiğimiz gibi, enerji sektörü başı çekmektedir; 2017 yılında 51.9 milyar dolar ile toplam yeni yatırımların %56'sı enerji alanına yapılırken, ulaştırma sektörüne yapılan yatırım, bir önceki yıla göre iki katına çıkarak, 36.5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Ulaştırma sektöründeki bu yatırımlarda, yüksek hızlı tren yatırımlarının büyük payı olduğu belirtilmektedir (Deblina, 2018: 3). Yine bölgesel olarak incelendiğinde, yatırımların coğrafi eşitsizliği burada da karşımıza çıkar. Enerji alanında yeni KÖİ yatırımlarının (*greenfield yatırımları*) çoğu Latin Amerika ve Doğu Asya-Pasifik bölgesi ülkelere yapılmaktadır (Grafik 4). Ulaştırma yatırımlarında ise, Doğu Asya ve Pasifik bölgesi daha büyük bir pay almaktadır (Grafik 5). Toplam KOİ yatırımlarının çoğunluğu yeni yatırım şeklindedir; örneğin 2017 yılında toplam 170 yatırımın 151'i (%89'u) greenfield yatırım şeklindedir.

Grafik 4. Bölgelere göre Enerji Alanındaki Yeni KÖİ Sayısı, 1984-2016



Kaynak: Kaynak: http://ppi.worldbank.org

Grafik 5. Bölgelere göre Ulaştırma Alanındaki Yeni KÖİ Sayısı, 1984-2017



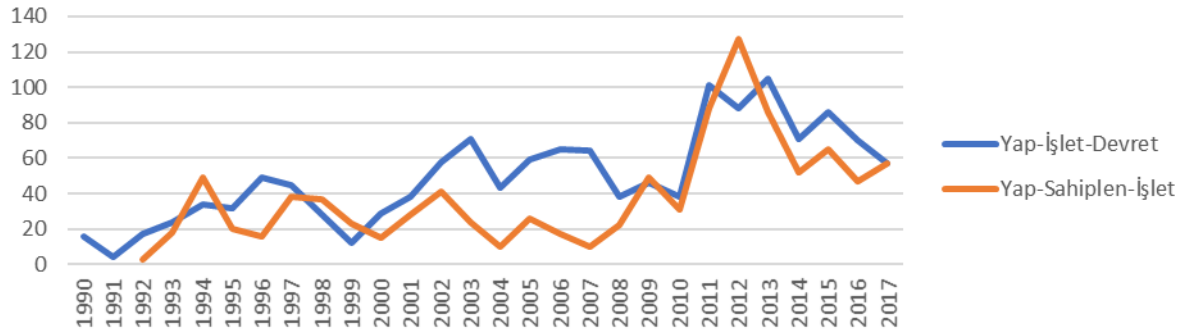
Kaynak: Kaynak: http://ppi.worldbank.org

Aslında Türkiye'nin ilk KÖİ ile tanışması 1980'lerdeki imtiyaz yöntemine uzanır ki onun da daha önceki Osmanlı dönemi imtiyaz Yasasından etkilendiğini söyleyebiliriz (Hergüner ve diğ. 2016: 6). Türkiye'de Yap-İşlet-Devret şeklindeki KÖİ modeliyle ilgili ilk yasal düzenleme, 1984 yılında elektrik enerjisi ile ilgili 3096 sayılı *TEK Dışındaki Kuruluşların Elektrik Faaliyetlerine ilişkin yasa* ile oldu. Bu tarihten itibaren, hem Yap-İşlet-Devret hem Yap-İşlet hem de İşletme Hakkı Devri yöntemleriyle, özel sektörün enerji altyapı yatırımlarında daha çok yer almasına çalışıldı. Ancak, Türkiye'nin daha kapsamlı bir şekilde KÖİ modeli ile bilinen yasal tanışması, 1994 tarihli 3996 sayılı *Bazı Yatırım Ve Hizmetlerin Yap-İşlet-Devret Modeli Çerçevesinde Yaptırılması Hakkında Kanunun*a dayanır.

Özellikle Yap-İşlet-Devret ve Yap-Sahiplen-İşlet türünde KÖİ projelerinin sayısı 1994 yılından sonra artmıştır. Ancak konu ile ilgili yasal faaliyetlerin ve uygulamaların hızlanması 2000'lerden sonradır (Tablo 1). Bugün Türkiye hem proje sayısı hem de yatırım miktarı olarak dünyadaki ilk 10 ülke arasında yer almaktadır ancak 2012 sonrası dönemde proje sayısında her türlü teşvike rağmen bir düşüş gözlenmektedir.

Tablo 1. Türkiye'de 1990-2017 arası Yap-İşlet-Devret (YİD) ve Yap-Sahiplen-İşlet (YSİ) Altyapı Proje Sayısı

Yıllar	YİD	YSİ	Toplam	% Artış	Yıllar	YİD	YSİ	Toplam	% Artış
1990	16	1	17		2004	43	10	53	-44,2
1991	4	-	4	-76,4	2005	59	26	85	60,3
1992	17	3	20	400	2006	65	17	82	-3,5
1993	24	18	42	110	2007	64	10	74	-12,9
1994	34	49	83	97,6	2008	38	22	60	-18,9
1995	32	20	52	-37,3	2009	46	49	95	58,3
1996	49	16	65	25	2010	38	31	69	-27,3
1997	45	38	83	27,7	**2011**	**101**	**88**	**189**	**173,9**
1998	28	37	65	-21,7	2012	88	127	215	13,7
1999	12	23	35	-46,1	2013	105	86	191	-11,1
2000	29	15	44	25,7	2014	71	52	123	-35,6
2201	38	28	66	50	2015	86	65	151	22,7
2002	58	41	99	50	2016	70	47	117	-22,5
2003	71	24	95	-4	2017	57	57	114	-2,5



Kaynak: ppi. Worldbank.org

Türkiye'de 8. Kalkınma Planı (2001-2005) kamu sektörü ile özel sektör arasında işbirliğini teknoloji alanında planlar ancak, özellikle 9. Kalkınma Planından (2007-2013) itibaren KÖİ projelerine dönük işbirliklerine verilen önem artmaya başlar. 9. Kalkınma Planının ilk sayfasından itibaren, "*kamu kesimi ile özel kesim ve sivil toplum arasında iletişime ve ortak hedeflere dönük işbirliğine katkıda bulunulacağı*" belirtilir (9.KP, 2006: 1). Plan, söz konusu işbirliğinin "*kaynakların etkin kullanımını sağlamak, yerel dinamikleri ve içsel potansiyeli harekete geçirerek bölgesel gelişmeye yeni bir ivme kazandıracağını*" vurgular (9.KP, 2006: 47). Keza altyapı konusunda da, ulaştırma başlığı atında "*Büyük ulaştırma projelerinin yapım ve işletiminde finansman ihtiyacına cevap vermek ve özel sektörün verimli işletme yapısından yararlanmak üzere kamu özel sektör işbirliği modelinin uygulanmasına öncelik verilecektir*" diye yazar (9.KP, 2006: 70). Bu genel çerçeve içinde plan, İstanbul-Ankara-Sivas, Ankara-Afyonkarahisar-İzmir, Ankara-Konya koridorlarından oluşan çekirdek ağ üzerinde inşa edilecek hatların yapımı ve işletiminde, özel sektörün işbirliğine başvurulacağını da ekler. 2006 yılında başlayan Sağlıkta Reform uygulamaları kapsamında onaylanan bir yönetmelikle sağlık hizmetlerinde de, özel sektörün gerekli finansmanı sağlayıp hastane binalarını ve tesislerini inşa etmesi ve bunları idari açıdan yönetmesi kabul edilmiştir. Kamu sadece gereken araziyi bedelsiz verecek, tıbbi personel istihdamını ve çekirdek sağlık hizmetlerini üstlenecektir. Daha sonra kamunun tıbbi hizmet alımlarında da küçük bir miktar (%5) piyasadan sağlanması karara bağlanmıştır. Başta İngiltere olmak üzere, diğer ülkelerin kamu sağlık hizmetleriyle ilgili KÖİ deneyimlerinden ilham alınarak hızlı adımlar atmaya çalışan Türkiye'de halen yaklaşık 31 bin yatak kapasiteli 21 Şehir hastanesinin sözleşmesi imzalanmış, içlerinden 6 tanesinin açılışı yapılmış ve toplamda 50 bin yatak kapasitesine ulaşılması hedeflenmektedir (TC Sağlık Bakanlığı, 2018). Böylece Türkiye'de sosyal KÖİ yatırımları yolunda da önemli adımlar atılmaya başlanmıştır. Nitekim 1992-2006 yıllarını kapsayan dönemde Türkiye'de KÖİ şeklinde gerçekleşen proje sayısı 44, yatırım tutarı ise 21.4 milyar dolardır (World Bank, 2018).

10. Kalkınma Plan döneminde (2014-2018), "*ulaştırma altyapı finansmanında söz konusu modelin, havalimanı, terminal yapımlarına ilave olarak otoyol, tünel ve köprü yapımlarında da uygulanmaya başlayacağı*" ilan edilir (TC Kalkınma Bakanlığı, 2013: 23). 10. Kalkınma Planının bir önceki plan hedeflerinden farkı sosyal altyapı projelerinde de KÖİ modelinin kullanılacağını belirtmesidir. Örneğin, sağlık alanında "*Kamu kaynaklarına ilave olarak sağlık yatırımlarının kamu özel işbirliği (KÖİ) yöntemiyle de gerçekleştirilmesi amacıyla yasal düzenleme yapılmış ve bu yolla başta büyük şehirlerde olmak üzere 2013 yılı Mayıs ayı itibarıyla yaklaşık 30 bin yatak kapasitesine sahip hastane yapımı için sürecinin başlatılacağı*" duyurulur (TC Kalkınma Bakanlığı, 2013: 34). Aynı şekilde spor tesislerinin yapım ve işletmesinde (10.KP, 2013: 49), yerli teknik müşavirlik firmalarının inşaat sektörü ve kentsel dönüşüm faaliyetlerinde (TC Kalkınma Bakanlığı, 2013: 116) KÖİ modelinin düşünüldüğünü görüyoruz. Nitekim 10. Kalkınma Planının genel çerçevesi bir Kalkınma İşbirliği Stratejisinin oluşturularak, ilgili Kanunun hazırlanacağını belirtir. 10 Kalkınma Planına rastgelen 2007-2013 döneminde 49.8 milyar dolar yatırım tutarında 148 KÖİ projesi vardır (World Bank, 2018). Dönemin bu denli yüksek performans göstermesinde etkili olan, 2013 yılına ait yatırım tutarı 16.8 milyar dolar, sözleşme değeri ise 70.1 milyar dolarlık projelerdir. Bu projelerin kamuya ödenecek işletme hakkı devir bedeli 46 milyar dolardır ve içlerinde 29 milyar dolar yetkilendirme bedeli olan 3. Havalimanı projesi de vardır (Grafik 6).

Grafik 6. 2005 – 2017 Kamuya Ödenecek İşletme Hakkı Devir Bedeli ($)



Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, https://koi.kalkinma.gov.tr

Türkiye'de 2012 yılında projeler çoğunlukla Yap-İşlet-Devret (%62) ve İşletme Hakkı Devri (%33) şeklinde yürütülürken, projelerinin küçük bir kısmı Yap-Kirala-Devret (%1) ve Yap-İşlet (%4) şeklindedir (TC Kalkınma Bakanlığı, 2012: 26). 2017 yılına gelindiğinde, Yap-İşlet-Devret projelerinin oranı düşerken (%47), İşletme Hakkı Devri (41.3) ve Yap-Kirala-Devret (%9.3) projelerinde artış söz konusudur (TC Kalkınma Bakanlığı, 2018). Otoyol, Liman, Havaalanı ve elektrik alanındaki projeler daha çok Yap-İşlet-Devret veya İşletme Hakkı Devri şeklindeyken, termik santraller Yap-İşlet, hastane, okul ve yurtlar Yap-Kirala-Devret şeklindedir (TEPAV, 2016: 10). Türkiye proje sayısı olarak en çok enerji, ulaştırma ve sağlık altyapısı ile ilgili KÖİ projelerini hayata geçirmiş, eğitim, belediye atık hizmetleri, su ve atık su yönetimi ve demiryolları ile ilgili projelerin de KÖİ yöntemiyle gerçekleştirilmesini planlamaktadır.

Yukarıda yer alan yüksek-orta gelir grubu grafiklerinden de gözleneceği gibi, 2013 yılını KÖİ projelerinde bir patlama yılı olarak değerlendirmemiz mümkün. Türkiye'de ise özellikle büyük "mega-projelerinin" KÖİ kapsamında devreye girdiğinin görüyoruz; bunun nedeni olarak, 31.3.2012 yılından itibaren yürürlüğe giren ve var olan garantilere ek olarak, Yap-İşlet-Devret modellerine getirilen "*Kredi Üstlenimi*" (daha sonra *borç üstlenimi* olarak değiştirilmiştir) uygulamasının etkili olduğu söylenebilir. Bu değişikliğin 2012 yılı 3. Köprü ve 2013 yılı 3. Havalimanı ihalelerini cazip hale getirdiğini söylemek mümkün. Çünkü 21/2/2013'de yapılan değişiklikle son halini alan *kredi üstlenimi* maddesinde, "*Görevli şirket ile yapılacak sözleşmede, sözleşmenin feshedilerek yatırım ve hizmetin süresinden önce ilgili idare tarafından devralınması hükmünün bulunması hâlinde, yatırım ve hizmetlerin gerçekleştirilmiş kısmına tekabül eden yurt dışından sağlanan finansmanın ve varsa bu finansmanın teminine yönelik türev ürünlerden kaynaklananlar da dâhil olmak üzere mali yükümlülüklerin idare tarafından üstlenilmesine, gerçekleştirilmemiş yatırım ve hizmetlere ilişkin kısmının ise idarenin talebine bağlı olarak kullanılabileceğine ilişkin hükümlere yer verilebilir*" ifadesi yer almaktadır (TC Kalkınma Bakanlığı, 2015: 10Aynı yasal düzenleme ile "*2023 yılına kadar 3996, 3359 ve 6428 sayılı Kanunlar kapsamında gerçekleştirilmesi planlanan KÖİ projeleri ihale edilirken, projeyi üstlenen firmaların proje kapsamında inşaata yönelik olarak yaptığı mal ve hizmet teslimleri ile anılan sağlık tesislerinin Sağlık Bakanlığına kiralanmasının katma değer vergisinden müstesna tutulması hususu düzenlenmiştir*". (TC Kalkınma Bakanlığı, 2016: 14). Daha sonra 19/4/2014 tarihli yönetmelikle de borç üstleniminin usul ve esasları sosyal KÖİ projelerini de tanımlayarak düzenlemiştir. Kısacası Hazine ya da ilgili idare, projelerle ilgili bir aksilik durumunda finansmanı kısmen ya da tamamen üstlenme sözü vermektedir, yani bir anlamda özel bir şirketin borcuna *hazine garantisi* devreye girmiştir.

Türkiye'nin KÖİ projelerinin yarısına yakını enerji yatırımları şeklindedir. Buna karşın Türkiye'nin yıllar itibariyle toplam elektrik enerjisi üretiminde söz konusu projelerin de devreye girmesiyle gerçekleşen artış oranında süreklilik gösteren bir azalma söz konusudur; 1980'lerde ortalama yıllık elektrik üretimi artışı yüzde 8.8 iken bu oran 1990'larda yüzde 8.4'e 2000'lerde ise yüzde 5.6'ya düşmüştür (TÜİK, 2017).

3. KALKINMA AÇISINDAN FIRSATLAR – RİSKLER

Bu çalışmada Kamu-Özel Ortaklıkları, bir ülkenin kalkınmasında için sadece pragmatik açıdan işe yarayıp yaramayacağı üzerinde incelenmektedir. Bunu yaparken daha çok Türkiye'de gerçekleştirilen veya hala yapımı süren enerji ve ulaştırma alanlarındaki KÖİ yatırımlarının yarattığı fırsat ve kalkınma adımları ile konunun finansman ayağında ortaya çıkabilecek risklere bakılacaktır.

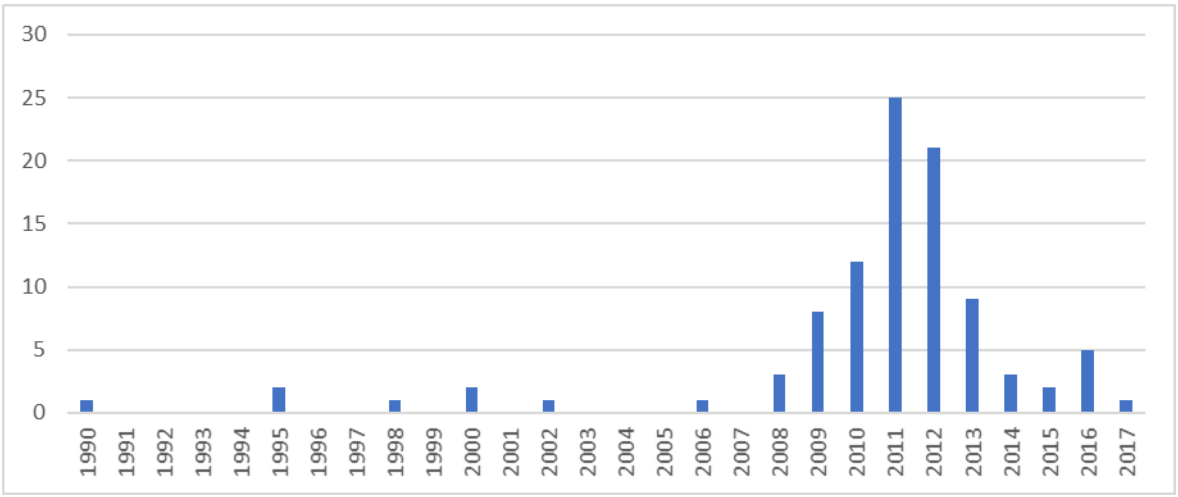
Gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye'de kamunun üzerindeki yükün giderek artması ve geçmişten gelen kamuya ait mali yüklerin kam hizmetinin etkin sunumunu zorlaştırması, KÖİ modellerinin uygulanması için uygun zemini yaratmıştır. Gelişmekte olan diğer ülkelerle kıyaslandığında, Türkiye proje değeri olarak daha çok havaalanlı projelerinden öndeyken, diğer ülkeler en yüksek yatırımı bilgi ve iletişim teknolojilerine yapmaktadırlar (TASAV, 2017: 3). 10. Kalkınma Planı hazırlıkları sırasında kurulan Kamu-Özel İşbirliği Özel İhtisas Komisyonu (KOİ-ÖİK), çok doğru bir saptamayla, KÖİ projelerinin yüksek uzmanlık gerektirdiğini, başarısız yönetilmeleri ve proje risklerinin iyi hesaplanamaması halinde, kamu kesimi üzerinde uzun yıllara yayılan yüksek mali risk yükü getiren bir model olduklarını vurgulamıştır (TC Kalkınma Bakanlığı, 2016: 14).

3.1 KOİ Projelerinin Yarattığı Fırsatlar-Katkılar

Türkiye'nin son on yıl içinde hayata geçirdiği ulaştırma alanındaki önemli KÖİ projelerinin Marmara bölgesi ve civarında kümelendiği gözlenmektedir. Bu durumun kendini doğuran bir süreç ve zorunluluk olduğunu da söyleyebiliriz. Özellikle Kuzey Marmara Otoyolu ve 3. Köprü ile başlayıp yine 3. Havalimanı ve daha sonra da Kanal İstanbul ile devam edecek altyapı projeleri aslında sadece altyapı projeleri şeklinde sınırlanmayıp, etraflarında konut ve ticaret alanlarını da doğurabilecektir. Elbette bu devasa inşaat faaliyetinin yarattığı ekonomik katkı da büyük olacaktır. Böylece Türkiye'nin toplam GSYH 'sının yüzde 30'undan fazlasını üretip, dünyanın en hızlı büyüyen metropollerinden biri olan 15 milyon nüfuslu İstanbul'un yeni uydu-kentleri ortaya çıkacaktır. Özellikle Suriye krizi sonrası yaşanan göçlerle birlikte nüfusu hızla artan şehrin fiziksel kapasitesi ile ilgili sıkıntılarının da aynı hızla arttığı düşünülürse, bu tür uydu kentlerin düzenlenerek inşaa edilmesi daha rasyonel bir tercih olacaktır. Bu çalışmada yer verilen başlıca projelerin bu sıkıntıları hafifletmek amacıyla ve aynı zamanda özel sektörün altyapı piyasasına giriş yapması amacıyla KÖİ projeleri şeklinde tasarlandığını söyleyebiliriz. Özellikle iki önemli altyapı sektörü, bu mega-projelerin de ilgi alanındadır; enerji ve ulaştırma.

1990-2017 arasında Türkiye'de yeni (*greenfield*) ve satın alma (*brownfield*) şeklindeki enerji yatırımlarının toplamı 164'dür; ancak bu rakamın yarısından fazlası (%60) KÖİ şeklinde elektrik enerjisi üretimine yönelik olan yeni yatırımlardır. Türkiye özellikle 2008'den itibaren bu tür projelerde adeta bir patlama yaşamış, ancak son yıllarda ülkenin karşı karşıya kaldığı olumsuz siyasi ve ekonomik ortam nedeniyle bir yavaşlama söz konusu olmuştur (Grafik 7).

Grafik 7. Türkiye'de Elektrik Enerji Santrallerinde KÖİ Proje Sayısı, 1990-2017



Kaynak: http://ppi.worldbank.org

Türkiye'de 1984 yılından sonra başlayan, özel sektörü enerji piyasasına dahil etme çabaları, 2000 yılına gelindiğinde toplamda 7914 MW Kurulu güç kapasiteli 28 elektrik santralinin işletmeye alınması ile sonuç verdi.

Bunlardan 23 tanesi Yap-İşlet-Devret 5 tanesi ise Yap-İşlet şeklindedir. Bunların dışında 2 tane de İşletme Hakkı Devri (Çayırhan Termik Santrali ve Hazar I-II HES) söz konusudur. Bu arada kamunun elektrik enerjisi üretimindeki ağırlıklı payı 2000'lerin başından itibaren değişmiş ve özel sektör, hedeflendiği gibi üretimdeki ve 2010'dan sonra da kurulu güç olarak payını kamunun önüne geçirmiştir. 2002'de elektrik üretiminin %71.3'ü kamu santralleri, %13'ü KÖİ yöntemi ve geri kalanı otoprodüktör şirketleri tarafından üretilirken, 2017 yılında, EÜAŞ (Enerji Üretim AŞ) % 16.10, KÖİ'ler %18.22 ve serbest üretim şirketi santralleri % 65.68 oranında elektrik üretimine katkıda bulunmuşlardır. Serbest üretim şirketi santrallerinin bu kadar büyük pay almasında, 2001 yılında yürürlüğe girerek, elektrik piyasasını rekabete açan ve özel sektör faaliyetlerinin temel çerçevesini çizen 4628 sayılı Elektrik Piyasası Kanununun önemli rolü vardır. Ancak daha sonra 2013 yılında yenilenen 6446 saylı Elektrik Piyasası Kanunu ile otoprodüktör lisans türü kaldırılmış ve serbest üretim şirketleri devreye girmiştir.

2008 sonrası elektrik enerjisi üreten KÖİ projelerine baktığımızda, ağırlıklı olarak Yap-Sahiplen-İşlet yöntemiyle faaliyete geçirilen rüzgâr enerjisi santralleri olduğunu görmekteyiz. 2008-2017 arasında özel sektörün KÖİ modeli ile katıldığı 90 projeden 47 tanesi (%52) rüzgâr enerji santralleridir. Geri kalanlar hidroelektrik ve termik santrallerdir (Tablo 2). Bu dönemde 14 milyar dolardan fazla sermaye 11 bin MW Kurulu güç kapasiteli yeni elektrik enerjisi üretimi için yatırılmıştır. Türkiye'nin yıllar itibariyle elektrik enerjisindeki kurulu güç kapasitesine bakıldığında, KÖİ modeli çerçevesinde yapılan yatırım projelerinin küçük bir pay sahibi olduğunu görebiliriz (Tablo 3).

Tablo 2. 2008-2017 Elektrik Enerjisi Üretimindeki Yeni KÖİ Projeleri

Yıllar	Proje	Toplam Yatırım(mil $)	Toplam Kapasite (MW)
2008	2 Rüzgâr E. Santrali 1 Termik Santral	1665	1450
2009	5 Rüzgâr E. Santrali 3 Hidroelektrik Santrali	821	344,5
2010	5 Rüzgâr E. Santrali 7 Hidroelektrik Santrali	982,78	475,7
2011	15 Rüzgâr E. Santrali 8 Hidroelektrik Santrali 2 Termik Santral	3826,86	2803,9
2012	8 Rüzgâr E. Santrali 11 Hidroelektrik Santrali 1 Termik Santral	2923,75	2361,9
2013	6 Rüzgâr E. Santrali 1 Hidroelektrik Santrali 2 Termik Santral	2289,6	2378,1
2014	3 Rüzgâr E. Santrali	143	152,6
2015	1 Rüzgâr E. Santrali 1 Jeotermal	983,5	170,7
2016	2 Rüzgâr E. Santrali 1 Hidroelektrik Santrali 2 Güneş Enerjisi	273,6	191,03
2017*	1 Hidroelektrik Santrali	400	517
2008-2017 Toplam		**14309,09**	**10845,43**

*Tahmini değerdir

Kaynak: http://ppi.worldbank.org/customquery verilerinden derlenmiştir

Tablo 2'den görüldüğü gibi, 2008 sonrası dönem içerisinde, projelerin en çok arttığı yıllar 2011, 2012 ve 2013 yıllarıdır. Bu dönem aynı zamanda KÖİ'lere devlet desteğinin de arttığı yıllardır. Bu dönemde kamu, özellikle yenilenebilir enerji projelerine gelir desteği için nakit sübvanse etmekte, borç garantisi ve özel sektörün yükümlülüklerini yerine getirmediği takdirde ödeme yapmayı kabul etmektedir. Elbette, doğrudan kredi vermek yerine, hükümetler özel sektörün zor durumlarında borçlarının geri ödenmesini garanti edebilir ancak, proje borcunun garanti altına alınması da baştan, KÖİ modelinin özünde yer alan risk transferini de ortadan kaldırmış olmaktadır.

Tablo 3. Türkiye'nin Elektrik Enerjisinde Kurulu Güç Kapasitesi, 2009-2017 (MW)

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
44,761	48,591	52,911	57,059	64,007	69,520	73,146.9	77,563.44	81,563.32

Kaynak: EPDK Faaliyet Raporlarından derlenmiştir

Avrasya Tüneli: Söz konusu projenin ilk etapta yarattığı en önemli katkılardan biri, trafiğin rahatlatılması olarak sunulmaktadır. Nitekim projenin tanıtımında bu özellik ön plana çıkartılmış ve 100 dakikalık ulaşım süresinin 15 dakikaya ineceği belirtilmiştir. Bir diğer önemli husus ise, yapım süresince yarattığı istihdamdır. Avrasya Tüneli yapım şirketi bilgilerine göre, yatırımın inşası sürecinde, günde 1800 kişiye istihdam sağlanırken, yaklaşık 500 yerli ve uluslararası firmanın da projede görev almasına dolayısıyla da günde 1.5 milyon TL'lık iş hacmi yaratılmasına imkan sağlanmıştır. Ayrıca tünelin yılda 38 milyon litre yakıt ve 52 milyon saat zaman tasarrufu sağlayacağı da tahmin edilmektedir (www.avrasyatuneli.com). Tünelin bir başka özelliği ise, makine parkı açısından, özel olarak bu tünel için üretilen Tünel Açma Makinesinin, 11 barlık işletme basıncı ile dünyada 1. sırada yer alıyor olmasıdır (UDHB, 2018).

Gebze-Orhangazi-İzmir Otoyolu: Diğer ulaştırma projelerinde olduğu gibi, zaman ve dolayısıyla yakıt tasarrufu ve bu tasarrufun çevre etkisi ile yapımı süresince yarattığı istihdam ve iş hacmi, bu projenin de en önemli artılarındandır. Bu projeyle İstanbul-İzmir arası mesafenin 9 saatten 3.5 saate indirilmiş olması, projenin vitrinindeki en önemli özelliğidir. Ayrıca proje Yap-İşlet-Devret modeli çerçevesinde dünyadaki en büyük proje olarak bilinmektedir (Hergüner vd., 2016).

Kuzey Marmara Otoyolu (Yavuz Sultan Selim Köprüsü dâhil) Odayeri-Paşaköy Projesi: Projenin diğer ulaştırma altyapı KÖİ projelerinden elde edilecek faydanın yanı sıra, Marmara bölgesindeki kent-içi ve şehirlerarası ve uluslararası trafiği birbirinden ayırarak, ulaşım kalitesini artırması beklenmektedir. Ayrıca yapımı devam eden ya da bitirilmiş 3. Havalimanı, Osmangazi köprüsü ve İzmit civarı ile bağlantısı da saplanmıştır. Spesifik olarak Kuzey Marmara Otoyolu projesinin Asya güzergahında, 1.350 milyar TL işgücü, 2.053 milyar TL yakıt olmak üzere toplamda 3.4 milyar TL, Avrupa güzergahında ise, 900 milyon TL işgücü, 1.37 milyar TL yakıt olmak üzere toplamda 2.27 milyar TL tasarruf sağlayacağı belirtilmektedir (www. marmaraotoyolu.com).

3.2 KOİ Projelerinin Yarattığı Riskler

KÖİ projelerinin finansmanında yaygın olan ön kabuller;

1- Projelerin toplam maliyetinin, sadece kamu kesimi tarafından yapıldığı takdirde ortaya çıkacak maliyetten daha düşük olması,
2- Hatta kamunun üzerine hiçbir mali yükün gelmeyecek olması, özel sektör için belirlenen fiyat mekanizmasına (ücretlendirmeye) bağlı olarak, özel sektörün riski üstlenmesi,
3- Kamu ile özel sektör arasındaki kaynak transferi sözleşme imzalarının atılmasından itibaren başlayıp, oldukça uzun (20 ila 50 yıl) bir döneme yayılması şeklindedir.

Ancak pek çok KÖİ projesinde, hükümetler başta olmak üzere, çok taraflı kalkınma bankalarının ve uluslararası finans kurumlarının da KÖİ yatırımlarının finansmanında güçlü bir şekilde yer aldığını görüyoruz. Özellikle Türkiye'de 2000 sonrası güçlendirilen bankacılık sektörü, uluslararası finans piyasalarının olumlu baktığı, bundan dolayı da görece riskli görmedikleri bir alan. Bu da uluslararası piyasaları yerli bankalarla işbirliğine açan bir durum olarak KÖİ projeleri finansmanına olumlu yansımaktadır. Üstelik Türkiye, Hindistan'la birlikte yerli yatırımcı ve bankaların en aktif olduğu ülke olarak değerlendiriliyor (Chao, 2016). Ancak 2018 yılı başından itibaren $/TL kurunda yaşanan gelişmeler ve projelerin çoğu ABD dolarına bağlı finansmana gereksinim duyduğundan, politik ve ekonomik istikrara duyarlılığın artmasına, proje sahiplerini ve finansörleri finansal riskten korunmak için önlem almaya itmektedir. Kurda yaşanan bu olumsuzluklar Merkez Bankasınca (TCMB) alınan önlemlerle bertaraf edilmeye çalışılırken, alınan önlemlerden biri de, örneğin bankaların swap işlemlerine getirilen kısıtlamadır. 13.8.2018 tarihinden itibaren "*Bankaların yurtdışı yerleşiklerle yaptıkları bir bacağı döviz diğer bacağı TL olan para swaplarından, işlemin başlangıç tarihinde spotta yurtiçi bankaların TL verip döviz aldıkları swap işlemleri ile yine bu mahiyetteki swap benzeri (spot + vadeli döviz işlemi) işlemler toplamı bankaların en son hesapladıkları yasal öz kaynaklarının %50'sini geçemeyecek olup, bu minvalde mevcut aşımlar giderilinceye kadar yeni bir işlem yapılamayacak ve bu mahiyetteki vadesi gelen işlemler yenilenemeyecektir*" açıklaması olmuştur. Bu ise, yıl içindeki dalgalanmalardan kendilerini korumak ve 6 ayda bir faiz ve anapara ödemeleri için kur takası yapmak isteyen finansörler açısından dikkate alınması gereken bir

durum yaratmıştır. En az kur farkından doğan riskler kadar önemli bir başka husus da, Türkiye'de yaygın bir uygulama olarak, devletin projelere garanti vermesi ve riskin bir kısmını özel sektörden uzaklaştırmasıdır. Örneğin, otoyol KÖİ projelerinde belli sayıda aracın geçişi garanti edilir, yatırım gerçekleştikten sonra gerçek araç sayısı garanti edilen miktarın altında kalırsa, fark devlet tarafından ödenir. Sağlık hizmetleriyle ilgili KÖİ projelerinde de yine belli bir yıllık doluluk garantisi verilmektedir.

Örneğin Hazine ya da ilgili idarenin borç üstlenimi ile ilgili yönetmelik bir yönüyle son derece teşvik edici ve özel sektörün altyapı yatırımları piyasasına daha rahat girebilmesinin ve sermaye birikiminin önünü açacak bir uygulamadır. Ancak KÖİ proje sözleşmelerdeki bu kredi ya da borç üstlenim taahhütleri, minimum gelir garantisi ve kur farkı ödeme taahhütleri gibi bütçede öngörülemeyen ilave maliyetler, kamuyu ciddi anlamda zor durumda bırakabilmektedir. Örneğin, Türkiye'nin 2012'den bu yana giriştiği KÖİ projelerinin borç üstlenim anlaşma tarihleri ile yatırımlarının tamamlanma ve gelir getirmeye başlama tarihleri arasındaki kur farkı Türkiye'nin bu farktan doğacak yükünü artırabilecektir. 2017 sonu itibariyle Türkiye hazinesi Avrasya tüneli, Kuzey Marmara Otoyolu (Odayeri-Paşaköy; Kurtköy-Akyazı kesimleri ve 3. Boğaz Köprüsü dâhil), Gebze-Orhangazi-İzmir Otoyolu (köprü ve bağlantı yolları dâhil) KÖİ projelerinde, 2017 yıl sonu itibariyle 14.5 milyar dolarlık proje maliyeti için yaklaşık 10.5 milyar dolarlık borç üstlenim taahhüdü vermiş bulunmaktadır. Aynı şekilde, 2008 sonrası hızlanan toplam elektrik enerjisi projelerinden 43 tanesi doğrudan veya dolaylı kamu desteğine sahiptir. Rüzgâr çiftliklerinin 9 tanesi "*ödeme garantisi (payment guarantee*)" şeklinde dolaylı kamu desteğinden, 16 tanesi ise "*hasılat desteği (revenue subsidy*)" şeklinde doğrudan kamu desteğinden yararlanmıştır. 2012 yılında yapılan İzmir Karaburun'daki rüzgâr enerji santraline ise borç garantisi verilmiştir. Verilen borç garantilerinin, daha önce de belirtildiği gibi, ilk planda özel sektörün büyük ölçekli altyapı yatırımlarına girişmesinde önemli katkısı vardır ancak yabancı sermaye ile ilişkileri kırılgan olan Türkiye'de kur riskleri, 2018'de olduğu gibi bu şirketleri zor durumda bırakmakta ve taahhütlerini yerine getirememektedirler. Örneğin, bir süredir Türkiye'de enerji alanında KÖİ proje yatırımları yapan Çekya (Çek Cumhuriyeti) merkezli CEZ, yüzde 37,36 hissesine sahip olduğu Akenerji borçlarını, yine sektörün önemli isimlerinden Bereket Enerji borçlarını yeniden yapılandırmaya almak durumunda kalmıştır. KÖİ proje yatırımları için alınan kredilerin çoğunun dolar kredisi olması buna karşın özel sektör gelirlerinin Türk lirası olması, enerji sektörünü ciddi olarak etkilemektedir. Türkiye'de son dönemlerde KÖİ projelerinin çoğunun enerji alanında yapıldığı düşünülürse, borç yapılandırmalarda en çok enerji şirketlerinin adının geçmesi doğal hale gelmektedir. Borç yapılandırmaları başarılı olan şirketlerin yanı sıra, yapılandırmada ilerleme kaydedemediği için santral yapımı tehlikeye giren projeler de vardır. Örnek KÖİ projesi olarak da gösterilen Unit Investment, Doğan Holding ve Doğuş Holding'in ortak olduğu 513 MW kapasiteli Boyabat hidroelektrik santrali, 2010 yılında 5 sponsor bankanın 750 milyon dolar uzun vadeli proje finansman kredisi temini ile başlatılmış ve 2012 yılında işletmeye açıldıktan sonra kredi geri ödemelerine başlamıştır. 2018 yılı itibariyle, borcunu ödeyemeyen santralin kredisi takibe alınmıştır (www.patronlardunyasi.com). Öte yandan Türkiye'nin doğal gazda dışarıya bağımlı olması, Yap-İşlet-Devret kapsamında doğal gazla işletilen elektrik enerjisi santrallerinin riskleri arasında yer alır. Nitekim doğal gaz arz kesintilerinden kaynaklanan ve *mücbir sebep* olarak kabulünden ötürü, özel sektöre bakanlıkça ödemeler de risk kapsamındadır. .

Türkiye'de son yıllarda sıkça adından söz ettirilen yukarıda katkılarını anlattığımız ulaştırma alanındaki mega projelerin de bazı riskleri söz konusudur. Ulaştırma alanındaki mega projelerle ilgili riskler daha çok araç geçiş garantisi şeklindedir. Ayrıca yapım aşamasındaki projelerin dolar kredisi ile borçlanmış olması ve işletmeye açılanların geçiş ücretlerinin de dolar cinsinden belirlenmiş olması, riskin diğer boyutlarını oluşturmaktadır.

Avrasya Tüneli: Söz konusu bu projelerden Avrasya tüneli Türkiye'den Yapı Merkezi, Güney Kore'den de SK E&C şirketinin eşit ortaklıkları Yap-İşlet-Devret modeli üzerinden 25 yıllığına işletmesi verilerek inşa edilmiştir. Projenin borç üstlenim anlaşma tarihi 11.12.2012, tünelin açılış tarihi ise 22.12.2016 dır. 2012 yılı dolar kuru ortalaması 1.8 buna karşın 2016 ortalaması 3.0 dır. Devletin yapımcı firmaya araç geçiş garantisi vermiş olması (yıllık 25 milyon araç ve günde 68,500 araç) bir başka riski de beraberinde getiriyor. Projesinde günde 80 bin araç 2025'de ise günlük 130 bin araç geçişine erişeceği düşünülen tünelden, 2017 yılında yaklaşık 15 milyon araç geçiş yapmış (günlük ortalama 41 bin araç); garanti kapsamında işletmeci şirket, devletten 123 milyon lira alacaklı hale gelmiştir. Trafiğe ilk açıldığı dönemde, geçiş ücretlerinin dolar cinsinden belirlenmiş olması (otomobiller için 4$+%18 KDV, servis, minibüs vb. araçlar için 6$+%18 KDV), geçiş ücretlerinin ABD TÜFE oranında artacak olması (2016: %1.7, 2017: %2, 8/2018:%2.9) kullanımını ve dolayısıyla araç geçiş sayısını zorlayıcı bir unsur olmuştur. Hem kur farkı hem de artan ABD enflasyonu nedeniyle, geçiş ücretlerindeki değişikliklere gidilmesi de "*gelir garantisi verilen kreditör bankaların onayına tabii olduğunu*" için hızla hayata geçecek bir önlem olarak da düşünülmüyor. Özel sektörün dolayısıyla da kamunun ortaya çıkan zararı kapatabilmek adına 2018 yılında KDV oranını düşürmelerine (3.2.2018 tarihinde yürürlüğe girerek) rağmen, ilk

başta belirlenen dolar karşılığı TL fiyatına erişilememiş vaziyette. Aslında, Türkiye'de makroekonomik riskleri içeren KÖİ projelerinin uzun vadeli işleyişine ilişkin risklerin özel sektör tarafından üstlenilmesi söz konusudur. Ancak, özellikle 2018 yılı başından itibaren gerçekleşen kur farkının bir "*mücbir sebep*" (*force majeure*) olup olmadığının tespiti önem kazanmaktadır. Böyle bir durumda, yani mücbir sebep olayının ortaya çıkması sonucu, inşaat ve işletme şartları, proje şirketlerinin zararlarını telafi edecek şekilde uzatılabilir veya tarafların, tazminatın zararları düzeltmeyeceğine karar verilirse ve sözleşmenin uygulanmasının devam etmesi imkânsız ise, proje sözleşmesi feshedilebilir. Bir fesih durumunda, yatırımcıların öz kaynakları ve borç verenlere borçları dâhil olmak üzere proje şirketinin zararları genellikle ilgili kamu makamı tarafından ödenebilir.

Gebze-Osmangazi-İzmir Otoyolu: 2019 yılı ortalarında tamamlanması planlanan Gebze-Osmangazi-İzmir otoyolu projesinin ilk aşamada yatırım maliyeti 6.3 milyar dolar ve bu aşama için borç üstlenimi 4.9 milyar dolardır. Toplam imtiyaz süresi 22 yıl 4 ay olan ve Yap-İşlet-Devret modeli ile inşa edilen otoyol projesi içinde Osmangazi köprüsü de yer almaktadır. Projenin finansmanı ile ilgili yaşanan en büyük zorluk, toplamda 9 milyara yaklaşan ve 7 yıl gibi çok uzun bir inşaat süresine yayılan projenin tek seferde fon sağlaması oldu. Bu nedenle sadece yerli bankaların değil, yabancı bankaların da finansörlüğü arandı; sonuçta Yapı Kredi Bankası, Halkbank, Ziraat Bankası ve Akbank'ın yanı sıra, Deutsche Bank da kreditör oldu. 2016 yılında trafiğe açılan Osmangazi köprüsü 2.8 milyar dolar yatırım bedeline ve 2.8 milyar dolar borç üstlenimine sahiptir. 15.3.2013 tarihinde imzalanan sözleşmesi uyarınca, yapım ve işletmeyi üstelenen firmaya, Gebze-Orhangazi arası için günlük 40 bin araç, Orhangazi-Bursa arası için 35 bin araç, Bursa-Balıkesir/Edremit kavşağı arasına 17 bin araç ve Balıkesir/Edremit ayrımından İzmir arası için de 23 bin araç geçiş garantisi verilmiştir.

Ancak kredi verenler için nakit akışı garantisi önemli olacağı için Hazinenin bu anlamda verdiği borç üstlenimi anlaşmaları daha da önemli hale geliyor. Osmangazi köprüsünden ilk aşamada belirlenen geçiş ücreti 35$+%18 KDV şeklindeydi Ancak TL'sının aşınması göz önüne alınarak, baştaki koşullarda geçiş sağlanamayacağı düşünüldü ve ilk planda (Avrasya tüneli ve Yavuz Sultan Selim Köprüsü ile birlikte) KDV oranı yüzde 8'e ayrıca 2018 yılı başından itibaren de geçiş ücretleri düşürüldü. Buna rağmen, 2017 yılında, devletin verdiği araç geçiş garantisi kapsamında, sadece Osmangazi köprüsünden geçmesi gereken araç sayısı 14.6 milyonken, geçen araç sayısı 8.5 milyon oldu. Bu arada kur farkı nedeniyle, geçiş ücretlerinde yapılan indirim farkı da Hazine'den karşılandığından, Hazine toplamda işletmeci firmaya 2017 yılında 1.4 milyar dolar ödeme yapmak durumunda kalmıştır. Oysa Ulaştırma Bakanlığından yapılan açıklamada da belirtildiği üzere (UDHB, 2018), köprü projesinin fizibilite raporunda ilk iki yıla araç geçiş garantisi verilmemiştir, dolayısıyla sözleşmeye de bu durumun aksettirilmesi halinde Hazine'nin bu ödemeyi yapması gerekmeyecekti.

Kuzey Marmara Otoyolu (Yavuz Sultan Selim Köprüsü dâhil) Odayeri-Paşaköy Projesi: 1998 yılı programına alınan 3. Boğaz Köprüsü Yap-İşlet-Devret modeliyle Kuzey Marmara Otoyolu kapsamında yapılması planlandı. Uzun süren tartışmalar (özellikle Kuzey ormanları ve ÇED muafiyetinin kalkması nedeniyle) ve yeni etütler sonunda, 2012 yılında ihalesi yapılan Kuzey Marmara Otoyolu Projesinin (3. Boğaz Köprüsü dâhil) sözleşmesi 2013 yılında yapıldı. 26.8.2016 tarihinde açılan Yavuz Sultan Selim Köprüsü toplam proje maliyeti 3 milyar dolar, borç üstlenimi 2.4 milyar dolar, borç/özkaynak oranı 80/20 dir. Yerli bankalar (Yapı-Kredi Bankası, Vakıfbank, Garanti Bankası ve Hollanda menşeili Garantibank International, Ziraat Bankası, Halkbank, İş Bankası) tarafından 9 yıl 5 ay vadeyle finanse edilen köprü Yap-İşlet-Devret modeline göre yapılan bir projedir. İlk bakışta, bu tür büyük bir projenin yerel finansal kaynaklarca finanse ediliyor olması, kur riski, yerel kurumlarla daha kolay anlaşabilme olanağı ve yerli girdi kullanma olanakları nedeniyle, olumlu algılanmış olsa da, yerli bankaların ihtiyaç duyulan kredileri uluslararası piyasalardan döviz cinsinden temin ediyor olmaları yine risk oluşturmaktadır. İmtiyaz süresi 10 yıl olarak belirlenen köprünün garanti kapsamındaki işletme süresi 7 yıl 9 aydır. Köprü için devletin verdiği araç geçiş garantisi yıllık 49 milyon 275 bin, günlük ise 135 bin araç şeklindedir. Bu rakamlar aşırı iyimser bulunurken, dünyadaki diğer ücretli yol proje örneklerinden farklı olarak, trafik talebi için herhangi bir tavan düzeyi tespiti de yapılmamıştır (Büyükyoran ve Güneş, 2018: 67). Trafik talepleriyle ilgili üst alt düzey tahminlerinin gerçekçi yapılmaması, kamu sektörü ile özel sektör arasında kamunun aleyhine gelir riski tahsisi yaratabilecektir. Kısacası köprü hasılatı ile ilgili, kamu riskini ortaya çıkaran bir durum söz konusudur. Nitekim başlarda, köprünün geçiş ücreti 3$+%8 KDV şeklindeydi. Ancak kur farkları nedeniyle araç sınıflarına göre burada da ayarlama yapılması gerekti ve 2018 yılı itibariyle 9.35 – 104.15 TL arasında geçiş ücretleri halen sabitlendi. Ancak 2018 yılı (Temmuz itibariyle) ortalama dolar kurundan düşündüğümüzde geçiş ücretinin yaklaşık 14 TL olması gerekirdi. Aradaki farkın Hazine tarafından ödenmesi söz konusudur.

SONUÇ OLARAK…

KÖİ projeleri ülkenin altyapısının tamamlanması ve/veya yenilenmesi dolayısıyla da kalkınması açısından önemli bir potansiyele sahip gözükmektedir. Ancak özellikle uygulamadan gelen bazı zorlukları vardır. Öncelikle KÖİ projeleri ilk bakışta sadece kamu ve özel sektör şeklinde iki tarafı varmış gibi gözükse de aslında pek çok paydaşın önemli rol oynadığı yatırımlardır. Kamu tarafında farklı bakanlıklardan, özel şirkete, kalkınma ajanslarına, ulusal ve uluslararası bankalara ve yerli-yabancı finansörlere, garantör kurum ve sigorta şirketlerine ve hatta sivil toplum kuruluşlarına kadar pek çok paydaşın dahil olmak durumunda olduğu yatırımlardır. Dolayısıyla bu projelerin uygulanması sırasında bazı koordinasyon sorunlarının ve çıkar çatışmalarının önlenmesi için yasal ve teknik sistemin iyi kurgulanmış olması önemlidir. Türkiye'de henüz KÖİ'leri ile ilgili tek ve kapsayıcı bir yasal düzenleme yoktur ancak farklı sektörlere ait yasalarla ve yeni idari yapılanmalarla koordinasyon sağlanmaya çalışılmaktadır. Tek bir yasal çerçeve düzenlemesi, hem bu sorunları çözebilecek hem de özel sektörün ortak olduğu takdirdeki rol ve sorumluluklarını net bir şekilde açıklamış olacaktır.

Bir başka risk, özel sektörün konjonktürel olarak ya da farklı nedenlerle ortak olma konusundaki isteksizliğidir. Türkiye'deki rakamlar, özel sektör ile ilgili böyle bir risk unsurunun söz konusu olduğunu göstermektedir. Özellikle 2009-2010 sonrası getirilmeye çalışılan teşvik unsurlarından sonra gerek enerji gerekse de otoyollar konusunda özel sektörün faaliyetlerini artırdığını görmek bu izlenimi güçlendirmektedir. Benzer bir kanı yenilenebilir enerji yatırımları için de geçerlidir. Bu da aslında KÖİ projeleri ile ilgili bir diğer sorunun varlığını göstermektedir; KÖİ projeleri esas olarak riskin kamudan özel sektöre transferini içerdiği için, Türkiye'de özel sektör en büyük riski taşıyan taraf olma konusunda son derece isteksizdir. Bunu özellikle mega-projelerdeki borç üstlenim rakamlarından anlamak mümkün.

KÖİ projelerinin uygulanması sırasında çıkan sorunlarla ilgili olarak, gelişmekte olan ülkelere önerilenler arasında deneyim kazanmak ya da bu uygulamalarda ustalaşmak adına küçük ölçekli projeler için KÖİ modelleri uygulamasına gidilmesidir. Türkiye aslında bu öneriyi hayata geçiren ülkelerden biri olarak değerlendirilebilir. 1980'lerin ilk yarısından itibaren günümüzdeki mega-projelerine geçmeden önce, pek çok küçük ölçekli projede KÖİ modellerini kullanmıştır. Bu anlamda Türkiye'nin benzer ülkelere kıyasla daha deneyimli olduğunu söyleyebiliriz.

KAYNAKÇA

Alikhani, I. A. et al., (2015) World Bank Group Support to Public-Private Partnerships. Lessons from Experience in Client Countries, Washington, DC :World Bank Group. http://documents.worldbank.org/curated/en/405891468334813110/World-Bank-Group-support-to-public-private-partnerships-lessons-from-experience-in-client-countries-FY2002-12 (16.8.2018)

Annez, P.C. (2006) Urban Infrastructure Finance from Private Operators: What Have We Learned from Recent Experience? World Bank Policy Research Working Paper WP4045, World Bank.

Büyükyoran, F. Ve S. Güneş (2018) "The Third Bosphorous Bridge and the Northern Marmara Motorway Project", International Journal of Transport Development and Integration, 2(1): 60-70

Chao, J. (2016) "How are PPPs really financed)", http://blogs.worldbank.org/ppps/how-are-ppps-really-financed (24.8.2018)

Deblina, S. et al., (2018) Private Participation in Infrastructure (PPI) Annual Report 2017, Washington, D.C. : World Bank Group. http://documents.worldbank.org/curated/en/658451524561003915/Private-participation-in-infrastructure-PPI-annual-report-2017 (16.8.2018)

Economists, (2013) A Time for Renewal, https://www.economist.com/special-report/2013/03/16/a-time-for-renewal (05.09.2018)

EPDK (Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu) www.epdk.gov.tr

Graham, S. ve S. Marvin (2001) Splintering urbanism. London, Routledge.

Grimsey, D. ve M.K. Lewis (2004) Public Private Partnerships: The Worldwide Revolution in Infrastructure Provision and Private Finance. Edward Elgar Publishing, Northampton. MA.

Hergüner Bilgen Özeke (2016) On Turkish PPP Practice, http://www.herguner.av.tr/newsletters/winter-2016 (04.09.2018)

Hodge, G. ve C. Greve (2007) "Public–Private Partnerships: An International Performance Review". Public Administration Review, 67(3): 545–58.

Jomo, KS., A. Chowdury, K. Sharma ve D. Platz (2016) "Public-Private Partnerships and The 2030 Agenda for Sustainable Development: Fit for Purpose?", DESA Working Paper No. 148 http://www.un.org/esa/desa/papers/2016/wp148_2016.pdf (15.08.2018)

Langton, S. (1983) "Public-Private Partnerships: Hope or Hoax?", National Civic Review, 72(5),

Linder, S.H. (1999) "Coming to Terms with the Public-Private Partnership. A Grammar of Multiple Meanings", American Behavioral Scientist, 43(1):35-51.

Marsilio, M., G. Cappellaro, ve C. Cuccurullo. (2011) "The Intellectual Structure of Research into PPPs." Public Management Review 13 (6): 763–782.

Siemiatycki, M. (2006) "Implications of Public–Private Partnerships on the Development of Urban Transit Infrastructure.", Journal of Planning Education and Research 26(2): 137–51.

Siemiatycki, M. (2010) "Delivering Transportation Infrastructure Through Public–Private Partnerships: Planning Concerns", Journal of the American Planning Association 76(1): 43–58.

TASAV (2017) Kamu-Özel İşbirliği Projeleri: Türkiye ve Diğer Ülke Örnekleri, http://www.tasav.org/kamu-ozel-isbirligi-projeleri-turkiye-ve-diger-ulke-ornekleri.html (24.8.2018)

TEPAV (2016) Kamu Özel İşbirliği Modeli http://www.tepav.org.tr/upload/files/haber/1458649325-5.Kamu_Ozel_Isbirligi_Modeli_Sunumu.pdf (17.8.2018)

Torrance, M.I. (2008) "Forging Glocal Governance? Urban Infrastructures as Networked Financial Products", International Journal of Urban and Regional Research 32(1): 1–21.

Türkiye Cumhuriyeti Kalkınma Bakanlığı (2013) 10. Kalkınma Planı http://www.sbb.gov.tr/Pages/KalkinmaPlanlari.aspx (15.8.2018)

Türkiye Cumhuriyeti Kalkınma Bakanlığı (2015) Kamu Özel İşbirliği Mevzuatı, http://www.kalkinma.gov.tr/Documents/Kamu%20%C3%96zel%20%C4%B0%C5%9Fbirli%C4%9Fi%20Mevzuat%C4%B1-2015.pdf (22.8.2018)

Türkiye Cumhuriyeti Kalkınma Bakanlığı (2016) Dünyada ve Türkiye'de Kamu-Özel İşbirliği Uygulamalarına İlişkin Gelişmeler 2015, http://www.sbb.gov.tr/KamuOzelIsbirligiYayinlar/ (18.8.2018)

Türkiye Cumhuriyeti Kalkınma Bakanlığı (2018) Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Kamu-Özel İşbirliği ile Yürütülen Projeler https://koi.kalkinma.gov.tr/ (18.8.2018)

Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı (2018) Şehir Hastaneleri , http://www.saglikyatirimlari.gov.tr/TR,33960/sehir-hastaneleri.html (26.8.2018)

Türkiye Cumhuriyeti Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı (UDHB) (2018) "Osmangazi Köprüsünden günde ortalama 21 bin araç geçiyor", http://www.udhb.gov.tr/aciklama-84-%60osmangazi-koprusunden-gunde-ortalama-21-bin-arac-geciyor%60.html (24.8.2018)

Türkiye Cumhuriyeti Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı (UDHB)(2018) Avrasya Tüneli. Kıtaları Birleştiren en modern ulaşım altyapısı, http://www.ym.com.tr/docs/proje/02072018165527.pdf (24.8.2018)

United States Agency for International Development (USAID) (2012) Partnering with USAID: A Guide for companies, Washington, DC: USAID. https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1880/Partnering_Guide_Updated2012.pdf (18.8.2018)

World Bank (2018) http://ppi.worldbank.org

World Bank (1997) Advancing Sustainable Development. The World Bank and Agenda 21, Washington DC

http://documents.worldbank.org/curated/en/519871468740215287/pdf/multi-page.pdf (18.8.2018)

Van Ham, H. & J. Koppenjan (2001) "Building Public-Private Partnerships: Assessing and managing risks in Port development", Public Management Review, 4(1):593-616.

Yescombe, E.R. (2002) Principles of Project Finance, Academic Press

http://www.avrasyatuneli.com

http://www.marmaraotoyolu.com/wp-content/uploads/2018/05/1.jpg (24.8.2018)

http://www.patronlardunyasi.com/haber/900-Milyon-dolarlik-borc-Enerji-devinde-odemeler-aksadi-bankalar-takibe-atti/208588 (28.8.2018)

Reklam Ajansı Seçiminde Reklamverenlerin Tercihini Etkileyen Faktörler: Türkiye Örneği

Dr.Öğretim Üyesi. Fikret YAMAN[1] **Arş. Grv. Semih AÇIKGÖZOĞLU[2]**

[1]Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF, Uluslararası Ticaret ve Finansman, fyaman@aku.edu.tr

[2] Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF, İşletme, semih_001@yahoo.com

Özet: Reklam; günümüzde işletmelerin önemini giderek daha iyi anladığı pazarlamanın tutundurma karması bileşenlerinden biridir. Reklam sayesinde tüketici bilgilendirilir, ikna edilmeye çalışılır ya da hatırlatmalarda bulunulur. Kişiler ve kurumlar bu sayede pazarlamak istediklerini daha rahat bir biçimde pazarlayabilmektedirler. Reklam hazırlanmasından sunumuna kadar birçok paydaşı bir araya getirir. Reklamveren, reklam ajansı, reklam medyası, tüketiciler bu paydaşların en önemlileridir. Reklamverenler, işletmenin büyüklüğüne göre reklamı ya kendi reklam departmanlarında yaptırırlar ya da reklam ajanslarının yardımına ihtiyaç duyarlar. Reklamverenler reklam ajansını seçerken bazı faktörleri göz önünde bulundururlar. Bu faktörler kimi zaman fiyat, kimi zaman yapılan işin kalitesi gibi farklılıklar gösterebilmektedir. Toplumda yıllardır süregelen "Reklamın iyisi kötüsü olmaz" söylemi de yerini ajansın seçimi ve hazırlanan reklamın iyi ya da kötü olarak değerlendirilmesi ile "Reklamın iyisi kötüsü olur" anlayışına bırakmaktadır. Bir bakıma reklam ajansının hazırladığı reklam; işletmenin görünen yüzü olmaktadır. Bu nedenle reklamveren için ajans seçimi önemli bir karardır. Bu çalışmada reklamverenlere yüzyüze anket uygulanmış ve reklamverenlerin reklam ajansı seçimindeki öncelikleri ve bunların demografik özelliklere göre farklılıkları ortaya konmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Reklam, Reklamveren, Reklam ajansı

Abstract: Advertisement is one of the components of the marketing hold that is increasingly understanding the importance of businesses today. Thanks to the advertisement, the consumer is informed, tried to be persuaded or made reminders. In this way, people and institutions can market what they want to market more comfortably. It brings together many stakeholders from the advertisement preparation to its presentation. Advertisers, advertising agency, advertising media, consumers are the most important of these stakeholders. Advertisers, depending on the size of the business, either do the advertisement in their own advertising departments or need the help of advertising agencies. Advertisers consider certain factors when choosing the advertising agency. These factors may sometimes differ, such as price, the quality of work done. The "good publicity is not bad" rhetoric in the society is also replaced by the choice of the agency and the evaluation of the prepared ad as better or worse, leaving it to the "Best of the ad" conception. Advertising agency in a sort of advertisement; The visible side of the business. Therefore choosing the agency for the advertiser is an important decision. In this study, the advertisers have been confronted with a face-by-side questionnaire, and the advertisers ' priorities in the selection of advertising agencies and their differences according to their demographic characteristics are tried.

Key Words: Advertisement, Advertising, Advertising agency.

1. GİRİŞ

Bazen uzunluğundan, bazen yanıltıcılığından, bazen severek izlediğimiz diziyi bölmesinden şikayet ettiğimiz, sloganları dilimize dolanan, toplumda sıkça konuşulan reklamlar gündelik yaşamda hayatımızın her alanında yer almaktadır. İnsanlar sabah uyandıklarından akşam uyuyuncaya kadar geçen süreçte birçok reklamla muhatap olmaktadırlar. Reklam insanoğlunun peşinden giden bir gölge gibidir (Yaman,2014: 2).

Reklam, bir mal, hizmet, kişi ya da kurum hakkında televizyon, radyo, gazete, dergi, internet gibi reklam mecralarını ücreti dahilinde kullanarak toplumu bilgilendirme, hatırlatma ve ikna çabalarına verilen tutundurma karması elemanlarından biridir. Reklamın önemi son yıllarda giderek artmış ve globalleşme ile beraber sıklıkla başvurulan bir araç haline gelmiştir.

Reklam, tanımlanmış bir sponsor tarafından bir kuruluş, ürün, hizmet veya fikir hakkında herhangi bir kişisel olmayan iletişim biçimi olarak tanımlanır (Belch and Belch, 2003: 16).

Reklamın özellikleri şunlardır (Kocabaş v.d., 1999: 66).

- Reklam pazarlama iletişiminin bir öğesidir.
- Reklamda bir ücret söz konusudur.
- Reklam, reklamverenden tüketiciye doğru bir akım gösteren iletiler bütünüdür.
- Reklam, kitle iletişimidir.
- Reklamı yapan bellidir.

- Reklam sayesinde tüketici bilgilendirilmeye ve ikna edilmeye çalışılır.
- Reklam mesajlarında, mallar, hizmetler, vaatler, ödüller ve sorunlara çözümler söz konusudur.
- Reklam diğer pazarlama iletişimi öğeleri ile belirlenen hedeflere ulaşmak için koordineli çalışır.

Reklam; bir işletme, ürün ya da fikir konusunda toplumda bilinç oluşturmak için kullanılan en güçlü araçtır. Ulaşılabilecek her bin kişi için yapılacak maliyet hesabında diğer tutundurma faaliyetlerine göre reklam en uygun araçtır (Akbulut ve Balkaş, 2006: 14).

Reklam pazarlama denildiği zaman ilk akla gelen ve pazarlamada etkili olarak sıklıkla kullanılan bir iletişim biçimidir. Talep elde etme ve talep yönetiminde önemli bir rol oynar. Lojistik fonksiyonunun da önemli bir destekleyicisi durumundadır. Günümüzde dış ticaretin serbestleşmesi, artan küreselleşme ve rekabetin artması, yabancı menşeli markaların ülkemizde faaliyetlerindeki artış, internet ve mobil cihazlar yoluyla reklamların yaygınlaşması reklamcılık sektörünü hızla geliştirmektedir (Tek ve Özgül, 2013: 600).

Reklamlar uzun yıllardan beri yüksek miktarlarda harcamaların yapıldığı bir tutundurma bileşenidir. Bu nedenle reklam kampanyalarında hedeflenen sonuçlara ulaşılması önemlidir. Reklam uygulamalarında firmaların birçoğu bu önemden dolayı reklam ajanslarıyla çalışmayı tercih etmektedirler. Reklam başarısı için reklam ajansı ile uyum içinde çalışma gerekliliği söz konusudur (Altunışık v.d., 2006: 122).

Reklamcılık, sadece bir ticari faaliyet olmamakla beraber aynı zamanda günlük olaylaradan yararlanarak insanların davranış biçimlerini, alışkanlıklarını değiştirebilecek, günlük konuşmaya yeni sözcükler kazandırabilecek, bireysel ve toplumsal ilişkilere yön verebilecek bir sektördür (Topçuoğlu, 1996: 202). Bu nedenle reklamveren ve reklam ajansı hazırlanan reklamlarda toplum üzerinde etkili oldukları düşüncesiyle hareket etmelidirler.

Reklam farklı iletişim kanalları ile tüketicilere ulaşmaktadır. Bu kanallara reklamcılıkta, reklam mecrası, medya ya da reklam ortamı denilmektedir. Bu reklam ortamları; radyo ve televizyon gibi göze ve kulağa hitap eden ortamlar, gazete ve dergi gibi yazılı basın araçları, posta yoluyla gönderilen; broşür, katalog gibi posta reklam araçları, afişler, panolar gibi açıkhava reklam araçlarıdır (Mucuk, 2008: 137-138).

Reklam, reklamverene bir takım avantajlar sağlar. Bu avantajlar (Khan, 2006: 250);

- Reklam talebi oluşturur,
- Reklam sayesinde pazarlama sistemini tanıtılır,
- Reklam, aracıya yardımcı olur.
- Reklam, kuruluş için imaj oluşturur.
- Müşteriyi, fiyatı ve ürün özelliklerinin hakkında bilgilendirir. Dolayısıyla satışa katkı sağlar.
- Kitlelerde farkındalık oluşturur
- Tüketici talebi, pazarlama araştırmacıları ve reklam araştırmaları tarafından değerlendirilebilir.
- Pazarın genişlemesine yardımcı olur.
- Aracının ürünü kolayca satmasına yardımcı olur.
- Müşterileri ve satıcıları bir araya getirir.
- Kitlelerde hedeflendiğinde reklam ekonomiktir.

Reklam tüketicileri bilgilendirir, ikna eder ve hatırlatmalarda bulunur. Reklam toplumu, pazara hangi ürünleri ya da ürün gruplarını sunduğumuz hakkında, ne gibi hizmetler sunduğumuz hakkında, müşterinin sahip olduğu ya da olacağı kalite hakkında ve fiyatlar hakkında bilgilendirir. Reklam insanları, satın alma davranışını gerçekleştirmek işletmenin niteliği hakkında ikna eder. Aynı zamanda reklam sayesinde gönderilen mesaj ile tüketici zihninde sürekli hatırlanmayı sağlar (Ramacıttı, 1997:8).

Reklamverenler, reklam sayesinde diğer bütün satış tekniklerinden daha güvenilir olarak ve etkili biçimde daha büyük hedef kitlelere ulaşmaktadırlar (Schultz and Tannenbaum, 1997: 21). Bu nedenle reklamveren iyi bir reklam yaparak satış arttırmayı hedeflemektedir.

Reklam işletmenin halk tarafından görünen yüzüdür. Reklam aracılığıyla işletme müşteri ve müşteri beklentilerine doğrudan seslenmektedir. Reklamveren bu sesi doğru kullandığında tüketiciden beklediğini fazlasıyla bulacaktır (Hofsoos, 1996:17).

Başarılı yürütülen reklam kampanyaları, işletmeler tarafından reklamının öneminin anlaşılmasında yol gösterici olacaklardır. Reklamveren, reklam ajansı, medya ve tüketici sarmalında reklam anlatmak istediğini açıkça anlatmalı, vermek istediği mesajı açık ve net bir biçimde verebilmelidir.

Reklamda mesajın nasıl söyleneceği ve tüketiciye hitabı konusunda çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. Bu yaklaşımlardan bir tanesi ürün yönlü rasyonel yaklaşımdır. Ürün yönlü rasyonel yaklaşımın kullanıldığı reklamlarda yaşamdan bir kesitin verilmesi, reklamda problemin çözüldüğünün gösterilmesi, gösterim, karşılaştırma yapılması, haber şeklinde sunum ve kişilerin tanıklık yapması söz konusudur. Diğer bir yaklaşım ise, tüketici yönlü duygusal yaklaşımdır. Bu yaklaşımda reklamlarda; mizah, canlandırma, cinsellik ve müzik kullanılmaktadır (Odabaşı ve Oyman, 2002: 112-113).

2. REKLAMVEREN VE REKLAM AJANSI

İletişim sorununa çözüm bulmak amacıyla reklam ajansları ile ortaklaşa iş yapan işletmeler reklamveren olarak adlandırılır. Reklamveren reklama ihtiyaç duyar. Reklamla ilgili kararlarda son sözü söyleyen ve parayı ödeyen kişi reklamverendir (https://www.fikricumbus.com/19-reklam-veren-ve-reklam-ajansi-kimdir.html).

Reklamverenler; reklama, ürün hakkında bilgi vermek, pazarın belirli bir bölümünün ürünün farkında olmasını sağlamak, reklamı yapılan üründe deneme arzusu oluşturmak, ürürünü tüketici grubuna uygunluğunu göstermek, üründe yapılan değişiklikleri göstermek, marka imajı oluşturmak için başvururlar (Tayfur, 2008: 13).

Reklam ajansları reklamverenin namına reklam stratejisi oluşturan, öneren, bütçeyi oluşturup bu bütçe dahilinde stratejiyi belirleyen, medya işlerinden sorumlu olan, reklamın amaçlarına ulaşmasını sağlayan, etkinlik öncesi ve sonrasında süreci yönetmekle yükümlü olana ticari faaliyette bulunan kuruluşlardır (https://www.reitix.com/Makaleler/Reklamin-Ajansi-Nedir-ve-Ne-Yapar/ID=5029).

Reklamveren-reklam ajansı ilişkisinin başarılı olabilmesi için , reklamverenin pazar payını arttırması ve marka imajını güçlendirmesine bağlıdır. Reklamcılık basarılı reklam kampanyalarıyla sayesinde oluşturulan marka öykülerine sahiptir. Reklamveren-reklam ajansı ilişkinin sona ermesi reklam kampanyalarının sürekliliğini etkiler ve markaların pazardaki konumunu zayıflatıp reklamverenin rakipleri karşısında gücünü azaltabilir. Bu nedenle, reklam ajansı seçimi, reklamveren açısından çok önemlidir (Gülsoy, 2007: 336).

Reklam kararının alınıp tamamlanmasından yayınlanmasına kadar birçok paydaş bu süreçte yer almaktadır. Öncelikle bir ürünü, bir işletmeyi, bir kişiyi ya da bir fikri pazarlamak isteyen kişi reklam yapma düşüncesinde olmalıdır. Bu kişi reklamveren olarak adlandırılmaktadır. Reklamveren reklam kararını aldığında reklamı hazırlayacak ve bu reklam için bir mecra araştıracak kurumlara yönelir. Eğer işletme bünyesinde reklamı hazırlatacak kişi ya da departman yoksa reklamverenin başvuracağı yer reklam ajanslarıdır. Reklam ajansları reklamverenin isteklerini göz önüne alarak bir reklam ortaya koyacaktır. Reklam ajansı bu reklamı reklamverenin menfaatini düşünerek (satışı arttırma, daha çok kişiye ulaşma v.b.) yayınlatacak reklam mecrasını belirler. Reklamverenin onayının alınmasından sonra reklam mecrada yayınlanır. Artık bu süreçte söz tüketicidedir. Tüketici reklamı yapılan şeyden etkilendiyse olumlu, etkilenmediyse olumsuz bir tepki gösterecektir.

Öncelikle reklamveren, reklam yapmayı neden istediğini, kitlelere vermek istediği mesajın ne olduğunu, bu mesajı vermek için ne kadar bütçe ayıracağını belirleyerek yola çıkmalıdır. İşletmenin amaç ve politikalarıyla ilgili olan reklamda işletme içi ve dışı durumlar dikkatle incelenmelidir (Babacan, 2008: 95).

Reklamverenin reklam vermekteki amaçları; kişisel satış programını desteklemek, satış elemanlarının ulaşamadıkları kişilere ulaşmak, aracılarla ilişkileri geliştirmek, yeni bir pazara girmek, ya da yeni bir tüketici grubunu çekmek, yeni bir mal pazara sunmak, malın satışını arttırmak, sanayi dalındaki satışlara katkıda bulunmak, ön yargılara karşı durmak ve işletmenin saygınlığını sağlamaktır (Cemalcılar, 1999: 286).

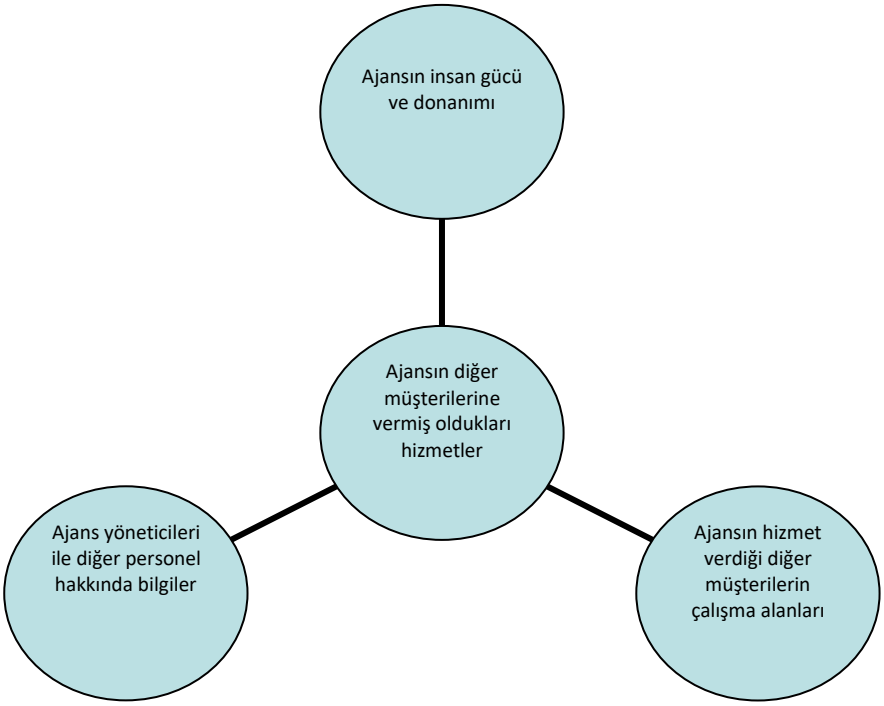
Bir reklam ajansının fonksiyonları; reklamın oluşturulması, reklam aracıyla ve ajansın yönetimiyle ilgilidir. reklam ajansı reklam kampanyasının oluşturulması, satış fikrinin geliştirilmesi, reklamda kullanılacak mecranın reklamverenin onayına sunulması ve çeşitli araçlarla yayınlanması gibi çalışmaların yapılmasıdır (Mucuk, 2010: 227).

Reklam ajansı bazı özelliklere sahiptir. Bu özellikler şunlardır (Linton, 2005:56);

- Reklam ajansı, tutarlı standartları korumak için tüm medyada kalite kontrol tedarikçilerine sahiptir,
- Reklam ajansı, pazarlamada birçok personel istihdam etmektedir.
- Reklam ajansının uzun vadeli varlığını sürdürmek için finansal istikrarı vardır.
- Reklam ajansı, medyanın her bir alanında başarılı bir performans gösterebilir.
- Reklam ajansının kampanyaları, pazarlama ve finansal performansı ölçebilir.

Reklamverenlerin reklam ajansı seçerken dikkat ettikleri konular aşağıdaki şekilde yer almaktadır (Ekici ve Şahım, 2013: 48)

Şekil: Reklamverenlerin reklam ajansı seçerken dikkat ettikleri konular



Kaynak: Ekici ve Şahım, 2013: 48 (Uyarlanmıştır)

Ajansın insan gücü ve donanımı reklamverenin reklam ajansı seçiminde dikkat edeceği konulardan biridir. Çünkü reklam, bir ekip işidir. Ekipte iyi bir görev dağılımı başarıyı beraberinde getirir. İnsan gücünün fazla olması tek başına yeterli değildir. Aynı zamanda bu insan gücünün yeterli donanıma da sahip olması gerekmektedir. Ajansın diğer müşterilere verdiği hizmetler reklamverenin reklam ajansı seçiminde kararını etkileyen bir başka konudur. Reklamveren ajans tercihinde ajansın referanslarına bakarak karar verir. Ajansın daha önceki çalışmaları, bu çalışmalardaki başarı ya da başarısızlıkları reklamverenin tercihinde etkilidir. Günümüzde gerek ekonomik, gerekse yaşam şartları bazı kişilerle iş yapmayı zorlaştırabilmektedir. Ajans yöneticileri ve diğer personel hakkındaki bilgiler de reklamverenin ajans seçiminin belirleyicileridir. Örneğin ajans çok güzel reklam ortaya koysa da verdiği sözlerde durmaması tercih üzerinde etkili olabilmektedir. Reklam bir uzmanlık işidir. Ajansın hizmet verdiği diğer müşterilerin çalışma alanları reklam verecek olan işletmeyle yakınlık gösteriyorsa bu, insanların fikir sahibi olmalarına fayda sağlar.

Bir reklam ajansının organizasyon yapısı şu birimlerden oluşmaktadır (Tikveş, 2005: 240).

- Üst yönetim,
- Müşteri ilişkileri,
- Yaratıcı proje üretimi,
- Kitle iletişim araçları ile ilişkiler,
- Görsel iletişim tasarımı,
- Muhasebe ve yardımcı hizmetler.

Reklamverenin reklam ajansı seçerken göz önünde bulundurması gereken kriterler; güvenilirlik, kapasite, teknik olanaklar, uzmanlık, rakip firmalara iş yapmama, prestij, ajansın örgüt yapısı, tesisleri, sermayesi, referansları ya da başarıları, uyguladığı komisyon ya da ücretler, medya tarafından tutulup beğenilmesi,

firmayla geçmiş dönemlerdeki ilişkileri, nezaket, saygı, alternatifler sunabilme becerisi ve yaratıcılıktır (Avşar ve Elden, 2005: 82).

Reklamveren-reklam ajansı her zaman birlikte çalışmalıdır şeklinde bir kural ya da zorunluluk yoktur. Reklamveren ve reklam ajansı çeşitli nedenlerden dolayı çalışmalarına son verebilirler. Ülkemizde 1989 yılında yapılan "Reklam ajansları imaj araştırması" başlıklı çalışmada reklamverenlerin ajans değiştirmelerindeki nedenler şu şekilde sıralanmıştır (Ergüven, 2003: 117).

- Reklam ajansının işten uzaklaşması,
- Reklam ajansının taaahüt ettiği sürede işi teslim edememesi,
- Yaratıcı işlerdeki standartlaşma,
- Kampanyalardaki imaj eksikliği,
- Müşteri ilişkilerinin yeterli düzeyde olmayışı,
- Satış oluşturmada zayıflık,
- Pazarlama politikası ve stratejide değişiklik,
- Mali açıdan daha iyi bir teklifin gelmesi,
- Müşteri temsilcilerinde değişiklik,
- Reklamverenin üst düzey yönetimindeki değişiklikler.

Kitle iletişim araçları kullanılarak yapılan reklamın kişiler ve toplum üzerinde büyük bir etkisi vardır. Bu nedenle reklamveren ve reklam ajansının bu konu üzerinde çok fazla dikkat harcaması gerekmektedir. Ürün reklam yoluyla tanıtılırken değişik biçimlerde tanıtılan ürünler ve reklamlar bireyin üzerinde farklı etkiler oluşturabilmektedir (Barokas, 1994: 33). Bu nedenle reklam ajansı bireyi ve toplumu etkilerken verdiği mesajlara dikkat etmek durumundadır.

Reklam ajansları reklamı oluştururken ilk olarak reklamverenin talebini dikkate alır. Reklamverenlerin taleplerini yerine getirirken ise yasal düzenlemeler, bilgi ve donanım, finansal gücü, kişisel değerler, meslek ilkeleri gibi faktörler reklamın ahlaki boyutunu belirlemektedir (Özdemir ve Yaman, 2015: 60).

Bir reklam ajansının beş temel departmanı bulunmaktadır. Bu temel departmalar; metin departmanı, sanat departmanı, medya departmanı, üretim departmanı ve iletişim departmanıdır (Çağlar ve Kılıç, 2009: 131).

Metin Departmanı; reklamın hazırlanmasında metnin yazımından sorumlu departmandır. Farklı bakış açısına sahip, bireye ve topluma istenen mesajı verebilme özelliklerine sahip kişiler bu departmanda yer alırlar.

Sanat Departmanı; reklamların tasarımından sorumlu olan departmandır. Reklamda verilmesi gereken detaylar, vurgulanması gerekli öğeler bu departmanda şekillendirilir.

Medya Departmanı; televizyon, radyo, gazete, dergi, internet, Açıkhava gibi reklam mecraları arasında hangisinin kullanılması gerektiği, ya da hedeflere hangi mecralarla ulaşılabileceğine karar verecek departmandır.

Üretim Departmanı; hazır hale gelen reklamın çıktı kısmını oluşturan departmandır. Sanat departmanında son şekli verilen reklam üretim departmanı ile tüketiciyle buluşturulur.

İletişim Departmanı;ajansın yönetimiyle ilgili olan departmandır. Bir bakıma reklamveren ve reklam ajansını buluşturan departmandır. İletişim departmanında çalışanlar reklamverenin nasıl bir reklam istediğini tespit ederek diğer departmanlarla koordineli bir çalışma içerisine girmektedirler.

Reklam ajansının bazı görevleri bulunmaktadır. Bir üründe bulunması gereken avantajların hangilerinin bu mal ya da hizmette olduğunu açıklayıp, rakiplerle kıyaslamak, mevcut pazarlarda ürünün nasıl uygulanması gerektiğini araştırmak, dağıtım ve satışlarla ilgili bilgi ve fikir vermek, dağıtım kanalında kişi ya da kurumlara karşı hangi medyaların kullanılacağına karar vermek, uygulama planı hazırlayıp reklamverene sunmak bu görevlerinden bazılarıdır (Ünsal, 1971: 122).

3. ARAŞTIRMA HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Araştırma 2018 yılı ağustos ayında Türkiye'nin 81 il merkezinde yapılmıştır. Veri toplama yöntemi olarak yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Veri toplamada kullanılan anket formu 6'sı demografik soru ve bir sıralama sorusundan oluşmuştur. Sıralama sorusu literatür taraması yapıldıktan sonra oluşturulmuştur. Araştırma evreni Türkiye nüfusunun tamamıdır. Araştırma için 97 gönüllü kişi ile ülkemizdeki tüm illerdeki

reklamverenlere nüfusa oranlı olarak belirlenen sayılara göre ulaşılmıştır. Bu reklamverenler içinde kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiş 500 kişiden toplanan veriler analize tabi tutulmuştur. Araştırma sonuçlarını tüm nüfus için genellemek doğru olmayacaktır. Ancak genel hakkında bir fikir vermesi açısından ve bundan sonraki araştırmalara bir örnek teşkil etmesinin de önemli olduğu vurgulanmalıdır.

3.1. Bulgular ve Değerlendirme

Araştırma farklı yaş, cinsiyet, eğitim ve bölgelerde yaşayan reklamverenler üzerinde yapılmıştır.

Tablo 1: Araştırmaya Katılan Reklamverenlerin Demografik Özellikleri

REKLAM VERME SIKLIĞI	Sayı	%	REKLAM İÇİN AYRILAN BÜTÇE	Sayı	%
Haftada en az bir	114	22,8	**1000 TL ve altı**	165	33,0
15 günde en az bir	119	23,8	**1001-2000 TL arası**	154	30,8
Ayda en az bir	105	21,0	**2001-3000 TL arası**	76	15,2
3 ayda en az bir	85	17,0	**3001-4000 TL arası**	52	10,4
6 ayda en az bir	26	5,2	**4001 TL ve üzeri**	53	10,6
9 ayda en az bir	23	4,6	**CİNSİYET**	**Sayı**	**%**
Yılda en az bir	28	5,6	**Kadın**	191	38,2
SEKTÖR	**Sayı**	**%**	**Erkek**	309	61,8
Gıda	63	12,6	**BÖLGE**	**SAYI**	**%**
Temizlik	97	19,4	**Marmara Bölgesi**	153	30,6
Giyim	64	12,8	**Ege Bölgesi**	65	12,9
İletişim	99	19,8	**Karadeniz Bölgesi**	48	9,7
Eğitim	81	16,2	**Akdeniz Bölgesi**	64	12,8
Sağlık	56	11,2	**İç Anadolu Bölgesi**	80	15,9
Otomotiv	40	8,0	**Doğu Anadolu Bölgesi**	37	7,4
YAŞ	**Sayı**	**%**	**G.D. Anadolu Bölgesi**	53	10,7
20 yas ve altı	55	11,0	**EĞİTİM**	**Sayı**	**%**
21-30 yas arası	180	36,0	**İlkokul**	67	13,4
31-40 yas arası	122	24,4	**Ortaokul**	54	10,8
41-50 yas arası	91	18,2	**Lise**	199	39,8
51-60 yas arası	44	8,8	**Ön Lisans**	79	15,8
61 yas ve üzeri	8	1,6	**Lisans**	87	17,4
			Lisansüstü	14	2,8
Toplam	500	100	**Toplam**	500	100

Araştırmalarda cinsiyet önemli bir değişkendir. Ülkemizdeki erkek nüfus kadın nüfusa göre daha fazla çalışan durumundadır. Araştırmaya katılanların %61,8'i erkek, % 38,2'si ise kadınlardan oluşmaktadır. Değişkenlerden bir tanesi de eğitimdir. İnsanların eğitim düzeyine göre tercihler farklılık göstermektedir. Araştırmaya katılanların %39,8'i lise, %17,4'ü lisans, %15,8'i ise önlisans eğitimi almışlardır. Araştırmaya katılan reklamverenlerin %23,8'i on beş günde en az bir kez reklam mecralarına reklam yaptıklarını ifade etmişlerdir. haftada en az bir kez reklam yaparım diyenlerin oranı ise %22,8'dir. Sektörel olarak incelendiğinde ise araştırmaya katılanların %19,8'i iletişim sektöründe yer almaktadır. İletişim sektörünün içeriğini GSM operatörlerinin verdikleri reklamlar oluşturmaktadır. Temizlik sektöründe faaliyet gösterip araştırmaya katılanların oranı % 19,4'tür. Araştırmaya katılanların % 16,2'si ise eğitim sektöründe faaliyet gösterdiklerini ifade etmektedirler. Araştırma son nüfus sayımı dikkate alınarak reklamverenlerin bölgelerinde eşit olarak yapılmıştır. Araştırmada Marmara Bölgesi'nden 153 reklamveren, İç Anadolu Bölgesi'nden 80 reklamveren ile görüşülmüştür. Araştırmaya katılanlar için diğer bir demografik değişken yaştır. Katılanların % 36'sı 21-30 yaş aralığında yer almaktadırlar. 31-40 yaş arasında olanların oranı ise; %24,4'tür. Araştırmaya katılan reklamverenlerin % 33'ü reklam için aylık olarak 1000 TL ve altı, %30,8'i ise 1001-2000 TL arasında bütçe ayırdıklarını ifade etmişlerdir.

Araştırmada reklamverenlerin reklam ajansı seçim kriterlerinin neler olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Reklamverenlerin reklam ajansı seçim kriterleri Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2: Reklam Ajansı Seçim Kriterleri

AJANS SEÇİM KRİTERLERİ	SAYI	%
Bütçe	70	14,0
Kaliteli İş Yapabilme	55	11,0
İş Ahlakı	22	4,4
Sorun Çözebilme Yeteneği	25	5,0
Ajansın Büyüklüğü	39	7,8
Sektöre Hakimiyet	44	8,8
Ücret	105	21,0
Sunum	20	4,0
İşyerime Yakınlık	21	4,2
Ajansın Referansı	85	17,0
Diğer	14	2,8
Toplam	500	100,0

Araştırmada reklamverenlere reklam ajansı seçim kriterlerini kendileri için öncelik sırasına göre sıralamaları istenmiştir. Reklamveren için reklam ajansı seçiminde en önemli kriter ücrettir. Günümüz ekonomik şartları dikkate alındığında reklamverenler reklamını daha az ödeme yapacağı ajanslara yaptırmayı tercih etmektedirler. Reklamverenler için referans, ajansın daha önceden çalıştığı kişiler de önem arz etmektedir. Reklamverenlerin %17'si reklam ajansı seçiminde referanslara baktığını ifade etmişlerdir. Reklamveren için üçüncü önemli kriter reklam için ayırdığı bütçe olmaktadır. Reklam ajanslarının büyük çoğunluğu reklamı reklamverenin bütçesine göre yapmaktadırlar, fakat bazı ajansların reklam için büyük bütçeler çıkartmaları da reklamverenin tercihlerinde etkili olmaktadır. Reklamverenler için üçüncü önemli kriter ajans tarafından işin kaliteli yapılmasıdır. Tercihlerinde ajansın işi kaliteli yapabilmesi diyen katılımcılar %11'dir. Araştırmaya katılan reklamverenler için diğerlerine göre iş ahlakının (4,4), iş yerine olen yakınlığın (4,2) ve reklam ajansının yaptığı sunumun (4,0) önemi diğer kriterlere göre daha düşüktür. Araştırmaya katılanların %2,8'i ise reklam ajansını seçerken diğer kriterleri göz önünde bulundurduklarını ifade etmişlerdir. Reklamverenlerden bu diğer seçeneğini ne olarak düşündükleri cevabı istendiğinde, çalışanların güleryüzlülüğü, verilen sözlerin tutulması gibi müşteri odaklılık üzerinde durulmuştur.

Araştırmada demografik sorular ve sıralama sorusu arasında t-testi ve varyans analizi yapılmış fakat anlamlı sonuçlara ulaşılamamıştır. Yapılan frekans analizi ile reklamverenlerin reklam ajansı tercihlerindeki öncelikler belirlenmiş ve sonuç bölümünde bu öncelikler neticesinde tavsiyelerde bulunulmuştur.

4. SONUÇ

Son yıllarda reklam farklı mecraların kullanılmasıyla önemi giderek artan bir pazarlama aracıdır. Bu araç sayesinde işletmeler ürünlerini tüketicilere daha iyi anlatabilmekte ve tüketicinin satın alma davranışını hızlandırabilmektedir. Reklam önceleri işletmeler tarafından gereksiz olarak nitelendirilse de gelişen ve değişen günümüz koşullarında pazarlmada reklamın olmazsa olmaz olduğu anlaşılmaya başlanmıştır.

Reklam, reklam kararının alınıp, hazırlanmasına ve mecralar aracılığı ile tüketiciye sunulmasına kadar bir çok paydaşdan geçer. Reklamverenle başlayan süreç tüketici ile son bulur. Reklamveren reklam kararını alan kişi ya da kurumdur. Bazı işletmeler kendi reklam departmanlarını bünyelerinde bulundurmaktadırlar. Bazıları ise işletme dışında profesyonel yardım almaktadırlar. Reklamverenlerin profesyonel yardım aldıkları kuruluşlar reklam ajanslarıdır. Reklam ajansları ürettikleri fikir ve projeleri reklamvernelerin onayını aldıktan sonra reklam medyaları aracılığı ile tüketicilere ulaştırırlar.

Reklamveren için önemli olan bir karar reklam ajansının seçimidir. Reklamverenler ajans seçiminde farklı kriterleri göz önünde bulundurmaktadırlar. Çalışmada reklamverenlerin demografik özellikleri ve reklam ajansı seçiminde dikkat ettiği kriterlerin neler olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır.

Araştırmaya katılan reklamverenlerin dikkat çeken özelliklerinden bir tanesi %67,6'sının ayda en az bir kez reklama başvurduğudur. Geçmiş yıllarda reklama ihtiyacı olmadığını düşünen, reklamı gereksiz olarak niteleyen reklamverenlerin reklamın önemini giderek anlamaya başladığı araştırmada elde edilen sonuçlardan biridir.

Reklamverenlerin faaliyet gösterdiği sektörlerde reklamveren işletmecilerin gıda, temizlik, iletişim gibi temel sektörlerde yığılım gösterdiği görülmektedir.

Reklamverenler reklamın önemini giderek görmeye başlamalarına rağmen reklam için aylık olarak ayırdıkları bütçeye temkinli yaklaştıkları görülmektedir. Reklamverenlerin %63,8'i reklama aylık 2000 TL ve altında bütçe ayırmaktadırlar.

Reklamverenlerin reklam ajansı seçim kriterleri incelendiğinde ise reklamverenlerin seçiminde maddi değişkenlerin ön planda olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Her beş reklamverenden biri için reklam ajansına ödenecek ücret önemlidir. Günümüz ekonomik şartları dikkate alındığında reklamverenler hem reklamın önemini bilmekte, reklamdan vazgeçmemektedirler, hem de yaptıracakları işlerde ücreti önemli görmektedirler. Ayrıca reklam ajanslarının önceden yaptığı işler ve edindiği referanslar reklamverenler için tercih sebebi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Reklam ajansları bunu dikkate almalı ve yaptıkları işlerde hep en iyisini nasıl yapabileceğinin peşinde olmalıdır.

Araştırmada ulaşılan dikkat edilmesi gereken bir sonuç ise; reklamverenler için iş ahlakının son sıralarda yer almasıdır. Günümüzde reklam ahlakı ile ilgili olarak yapılan çalışmalarda da görüldüğü gibi reklamverenlerin ve reklam ajanslarının önceliği olarak ürünün pazarlanaması olduğu açıktır.

Yapılan analizler sonucunda reklamverenlerin demografik özellikleri ile reklam ajansı seçim kriterleri arasında anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Ulaşılan bir başka sonuç ise, reklamverenler için reklam ajansı seçmede işyerine yakınlığın önemli olmadığıdır. Buradan çıkarılabilecek sonuç; reklamı kaliteli ve ucuz olarak yapan reklam ajanslarının tercih edilebilirliğinin fazla oluşudur.

Bundan sonraki araştırmalarda araştırmacılara; geneli temsil edecek, nitel yöntemlerle desteklenmiş, farklı değişkenlerin de yer aldığı bir araştırma önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Akbulut, N.T ve Balkaş, E.E. (2006). Adım Adım Reklam Üretimi, İstanbul: Beta.

Altunışık, R., Özdemir, Ş. ve Torlak, Ö. (2006). Pazarlamaya Giriş, Adapazarı: Sakarya Yayıncılık.

Avşar, B.Z. ve Elden, M. (2005). Reklam ve Reklam Mevzuatı, Ankara: Piramit.

Babacan, M. (2008). Nedir bu Reklam? İstanbul: Beta.

Barokas, S.K. (1994). Reklam ve Kadın, İstanbul, Erdini Matbaası.

Belch, G.E. ve Belch, M.A. (2003). Advertising and Promotion. (Sixth Edition). New York: The McGraw-Hill.

Cemalcılar, İ. (1999). Pazarlama, İstanbul: Beta.

Çağlar, İ. ve Kılıç, S. (2009). Genel İletişim, Ankara: Nobel.

Ekici, M.K. ve Şahım, T.Z. (2013). Reklamcılık, Ankara: Savaş Yayınevi.

Ergüven, M.S. (2003). Reklam Ajansı Seçim Süreci, Kurgu Dergisi, S.20, s.111-131.

Gülsoy, T. (2007). Reklamveren Reklam Ajansını Hangi Nedenlerle Seçer? Türkiye'nin En Büyük Reklamverenleriyle Anket Çalışması, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, S.2, s.335-354.

Hofsoos, E. (1996). Reklam ve Yönetim, Ankara: Emel Matbaası.

https://www.fikricumbus.com/19-reklam-veren-ve-reklam-ajansi-kimdir.html

https://www.reitix.com/Makaleler/Reklamin-Ajansi-Nedir-ve-Ne-Yapar/ID=5029.

Khan, Matin, (2006), Consumer Behaviour an Advertising Management, New Age, New Delhi.

Kocabaş, F., Elden, M. ve Yurdakul, N. (1999). Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle, İstanbul: İletişim.

Linton,I. (2005), "The Practice of Advertising", (Ed. Adrıan Mackay), Fifth Edition, Elsevier, , Great Britain.

Mucuk, İ. (2008). Temel İşletme Bilgileri, İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Mucuk, İ. (2010) Pazarlama İlkeleri, İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Odabaşı, Y. ve Oyman, M. (2002). Pazarlama İletişimi Yönetimi, İstanbul: MediaCat.

Özdemir, Ş. ve Yaman, F. (2015). Türkiye'de Reklam Ahlakı Sorunlar ve Çözüm Önerileri, İstanbul: İgiad.

Ramacıttı, D.F. (1997). Başarılı Reklamın Sırları, Çev. Rengin Erdoğmuş), İstanbul: Epsilon.

Schultz, D.E. and Tannenbaum, S. (1997). Başarılı Reklamın İlkeleri, İstanbul: Yayınevi Yayıncılık.

Tayfur, G. (2008). Reklamcılık, Ankara: Nobel.

Tek, Ö.B. ve Özgül, E. (2013). Modern Pazarlama İlkeleri, İzmir: Birleşik Matbaacılık.

Tikveş, Ö. (2005). Halkla İlişkiler&Reklamcılık, İstanbul: Beta.

Topçuoğlu, N.N. (1996). Basında Reklam ve Tüketim Olgusu, Ankara: Vadi Yayınları.

Ünsal, Y. (1971). Bilimsel Reklam ve Pazarlamadaki Yeri, İstanbul: Abc Kitabevi.

Yaman, F. (2014). Reklamın 5 M'si. Ankara: Nobel.

Development Of Bulgarian Food Processing Industry

assist. prof. Georgi Aleksiev Ph.D. [1] **prof. Nadka Kostadinova Ph.D. [2]**

[1]Trakia university, Faculty of Economics, Department of Economics, georgi.alexiev@gmail.com
[2] Trakia university, Faculty of Economics, Department of Management, nadya_kostadinova@yahoo.com

Abstract: The food industry has a social significance, since the goods produced by the sector satisfy the daily needs of the population and ensures the normal functioning of the human organism. Bulgarian food processing industry was put under great stress, due to its supply chain being greatly compromised by a largely export orientated agricultural sector in the country. The prospects for its sustainable development are in direct correlation and dependence not just on the opportunities for development of foreign markets as a result of the liberalization and globalization of trade, but also on the preservation of its positions in our national market.

The purpose of this paper is to investigate the state and evaluate the development of the food processing industry in Bulgaria.

The expectations of the study are that both positive and negative trends in the sustainable functioning of the food processing industry in Bulgaria will be identified.

Key Words: sustainability, agriculture, competitiveness

1. INTRODUCTION

The Food and Beverage Industry is a traditional processing industry, one of the oldest in Bulgaria, which occupies an important place in the structure of the national economy. The industry receives raw materials and intermediates from the agrarian sector, processes and produces food and beverages for final consumption or processed materials used as raw materials in other industries.

The food industry has a social significance, since the production of the sector satisfies the daily needs of the population and ensures the normal functioning of the human organism. The established industrial relations with other sectors and its contribution to the stability and development of the national economy are an indication of its economic importance.

The prospects for the sustainable development of the Bulgarian food processing industry are in direct connection and dependence not only on the opportunities for development of the foreign markets as a result of the liberalization and globalization of trade, but also on the preservation of its positions in our national market. The aim of the present study is to investigate the sustainability of the functioning and development of the food processing industry in Bulgaria.

In order to achieve the goal, the following tasks are solved:

- to analyze the state and development of our food industry;

- explain the problems and prospects for its sustainable functioning.

The methods used to solve the tasks are: analysis and synthesis, system and structural approach, statistical calculations.

2. DEVELOPMENT OF THE FOOD PROCESSING INDUSTRY IN BULGARIA

The production of the food processing industry (food, beverages, tobacco) in Bulgaria in 2016 is worth over 5 billion euros or over 5% of the entire production in the economy.

After joining the European Union, the Bulgarian Food and Agriculture industry is well adapted to the opportunities of the singular market and is developing steadily, more robustly and dynamically than other industries in the country. The value added in the industry for 2015 compared to the base year 2007 increased by over 60%. (Table 1).

The fastest rate of development was reported at the beginning of the studied period (2007), which is related to the accession of the country to the European Union and the inclusion of Bulgarian products in the common market.

The second stage of faster growth in value added in the sector was recorded in 2011, which is related to attracting significant foreign direct investment in the sector.

Table 1. Value added at factor cost as at 01 Jan of the relevant year.

Indicators	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Added value – mil. EUR	592,6	777,4	843,3	805,7	903,8	870,4	927,6	915,9	950,7
Dynamics, 2007=100	100	131,2	142,3	136	152,5	146,9	156,5	154,6	160,4

Source: Own calculations based on data from Eurostat

The value of the food production for 2016 exceeds EUR 5,705 million (Table 2), incl. food - EUR 4 110.5 million; beverages EUR 912.2 million; tobacco and tobacco products - EUR 683.2 million. Compared to 2007, the food industry has produced 42.2% more in 2016.

The fastest rate of growth is reported for the food products that occupy the main market share in the sector.

The value of the total output of the Bulgarian Food and Drink Industry shows a trend similar to that already reported in the value added at factor costs. The sector is developing the fastest at the beginning of the period 2007-2008. This allows us to conclude that the increase in absolute value added is due to an increase in production rather than an increase in productivity in the sector at this stage of its development.

Table 2. Value in the Food processing industry in Bulgaria (mil. EUR)

Sub-sectors	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Food products	2726.3	3111.6	2999.4	3188.3	3446.5	3534.5	3611.9	3638.8	3836.9	4110.5
Drinks	723.5	897.9	751.8	756.4	775.1	845.3	899	836.8	853.4	912.2
Tabaco products	562	811.2	816.5	721.1	610.7	674.8	828.7	824.6	859.1	683.2
Total:	4011,8	4820,7	4567,7	4665,8	4832,3	5054,6	5339,6	5300,2	5549,4	5705,9

Source: Own calculations based on data from Eurostat

The data illustrate the upward steady development of the sector, which is the result of the increase in output of the food sub-sector. Table 3 presents the relative share of food production.

Table 3. Relative share of the value of production of food processing industry in Bulgaria

Sub-sectors	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Food products	67.96%	64.55%	65.67%	68.33%	71.32%	69.93%	67.64%	68.65%	69.14%	72.04%
Drinks	18.03%	18.63%	16.46%	16.21%	16.04%	16.72%	16.84%	15.79%	15.38%	15.99%
Tabaco products	14.01%	16.83%	17.88%	15.46%	12.64%	13.35%	15.52%	15.56%	15.48%	11.97%

Source: Own calculations based on data from Eurostat

For the period 2007-2016, there is a steady increase in food production and a fall in the production of beverages and tobacco by about 2%.

In the sector in 2016 are employed about 4% of the employed in the country's economy and its share in the employment in industry is over 18% (Table 4). Despite the increase in the value of production by the Bulgarian food processing industry, the number of employed in the sector is decreasing, which is related to the increased labor efficiency.

Table 4. Employed persons and relative share of employees in the food industry

Indicators	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1. Employees - thousand.	116	115,1	110,5	109,6	87,6	103	97,3	97,6	97,9	97,8
Dynamics, 2007=100	100	99,2	95,3	94,5	75,5	88,8	83,9	84,1	84,4	84,3
2. Relative share of employees in food industry in:	3,2	3,1	2,9	2,9	2,4	2,9	2,8	2,9	4,4	4,4

- economy, %	16,1	15,9	15,7	17,1	14,7	17,3	16,7	16,8	18,6	18,5
- industry, %										

Source: Own calculations based on data from Eurostat

For the 10-year period under study (2007-2016), the number of employees in food processing industry has been steadily decreasing (close to 16% compared to 2007), but the value of output for this period has increased by over 42%. The aggregated data shows that processing plants have invested in more automated production, resulting in a reduction in the number of employees. These productions, however, require a more skilled labor - and consequently - a higher wage, which leads to an increase in the cost per employee.

The export and import of its products are of particular importance for the sustainable development of foodstuffs. The size of exports is one of the main indicators of the sustainability and competitiveness of a given sector. The data in Table 5 give an idea of the value of the exports of food products by main groups for the period 2007-2016.

Table 5. Value-for-money amount of exports from the food industry (million US dollars)

Sub-sectors	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	% for 2016
Food products	999	1780	1655	2100	2519	2614	3306	3097	2667	2852	86,5
Drinks	151	154	101	96	119	124	128	108	99	98	3,0
Tabaco products	185	285	385	359	439	445	506	476	373	345	10,5
Total:	1335	2219	2141	2555	3077	3183	3940	3681	3139	3295	100

Source: Own calculations based on data from UN-Comtrade

From 2007 to 2013 there is a steady trend of export growth in both food processing sectors - nearly 3 times for food and tobacco products, while exports of beverages are decreasing (mainly due to the loss of export positions in the wine industry).

Table 6. Value of imports from the food industry (million US dollars)

Sub-sectors	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	% for 2016
Food products	1309	1914	1810	1859	2313	2216	2371	2373	2158	2243	83,8
Drinks	134	170	133	135	177	181	202	205	211	231	8,6
Tabaco products	114	187	205	197	214	230	267	243	197	203	7,6
Total:	1557	2271	2148	2191	2704	2627	2840	2821	2566	2677	100

Source: Own calculations based on data from UN-Comtrade

After 2013, exports from the food industry show a slight decrease in fluctuations in food products and more significant - in tobacco products - about 16% compared to 2013, and for beverages - about 23%. The food group has a major contribution to the export of the food industry, with a share of 86.5% in 2016, the share of tobacco products is 10.5% and of beverages - 3%.

The state and trends of the imports from the food processing industry reveal how much of the demand in the country is gratified by producers outside the national economy. The data in Table 6 give an idea of the value of imports of food products by main groups for the period 2007-2016.

Imports of food products from 2007 to 2016 also show a steady upward trend - about 2 times for all sub-sectors. Food products occupy the largest share of imports - over 80%, and beverages and tobacco products - about 8%.

The balance of trade in food products from 2007 to 2010 is negative, ie. import exceeds exports (Table 7).

The country's accession to the European Union allows the sector to develop dynamically and on the basis of an increase in the total value of production and the productivity of the factors used to increase its competitiveness, which also leads to positive results for its foreign trade balance after 2010.

After 2013, there is a negative trend in the balance of international trade in food products, which is mainly due to lower export levels while maintaining a moderate decrease in imports.

From 2010 to 2016, the trade balance of the industry is positive, with the balance varying - the highest for 2013 and then declining, but for 2016 it is nearly twice as big as in 2010.

Table 7. Balance of trade in food products (million USD)

Indicators	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Export	1335	2219	2141	2555	3077	3183	3940	3681	3139	3295
Import	1557	2271	2148	2191	2704	2627	2840	2821	2566	2677
Total	-222	-52	-7	364	373	929	1100	860	573	618

Source: Own calculations based on data from UN-Comtrade

4. CONCLUSION

As a result of the research conducted on the sustainable development of the Bulgarian food processing industry, several conclusions can be summarized:

- Bulgarian food processing industry is developing more and more sustainably than other industrial sectors - its share in the value added is high and does not increase intermittently;

- The increase in added value has been achieved with fewer employees, which is a positive trend and is evidence of automation and modernization in the industry;

- The steady upward trend in food production is mainly the result of the increase in food production. This is related to their increased consumption and increase of the purchasing power of the population;

- Competition with importers processing raw materials with a higher level of subsidy has a negative impact on the sector's development.

In order to improve the conditions for sustainable development of food products in Bulgaria, the following recommendations can be formulated:

- The funds foreseen in the Rural Development Program 2014-2020 should focus primarily on food processing and tax incentives to support the investments of the processing enterprises in the production of raw materials;

- Aligning the amount of subsidies in agriculture and subsidizing the production of raw materials, priority for Bulgaria (fruits, vegetables, animal products);

- Encourage the participation of Bulgarian processing companies and research organizations in the Horizon 2020 initiatives;

- Stimulation of protected brands - traditional products and support for certification;

- Supporting small businesses in food processing industry to meet EU standards and EU requirements;

- Promoting exports to third countries and searching for new markets for traditional Bulgarian products;

- Supporting the export of products for specific market niches on the European and world market in line with consumer demand for healthy foods, organic food, and high added value foods.

The food processing industry occupies a significant share in the countries value added in economy, persons employed and exports. Its greater adaptability, sustainability and dynamic development make it one of the most important industries in the group of priority sectors of the national economy.

REFERENCES

1. Malamova, N. and kol., 2017, Competitive Development and Price Evolution in the Food Chain in Bulgaria, SAA, EIA,

2. Malamova, N., 2014, Competitive Potential and Factors for the Development of the Food Industry in Bulgaria, Journal of Economics and Agriculture Management, issue 2,
3. Kovacheva, Tsv., 2010, Development and Competitive Possibilities of the Food Industry in the European Market; Sp. Economics and Management of Agriculture, issue 2,
4. Eurostat - http://ec.europa.eu/eurostat
5. MAF, Department of Agrostatistics
6. NSI, Industry, Short-Term Business Statistics.
7. UN Comtrade - https://comtrade.un.org

The Causality Effect of Interest in the Financial Crisis and Oil Market on Food Prices: A Case Study of Internet Search Engine Behavior

Dr. Gokhan CINAR[1] Prof. Dr. Ayse UZMAY[2] Gokce KOC[3]

[1] Aydın Adnan Menderes University, Faculty of Agriculture, Department of Agricultural Economics,

email: gokhan.cinar@adu.edu.tr

[2] Ege University, Faculty of Agriculture, Department of Agricultural Economics, email: aye.uzmay@ege.edu.tr

[3] Ege University, Faculty of Agriculture, Department of Agricultural Economics, email: gkcadd@hotmail.com

Abstract: In this research, the interest in oil prices and the financial crisis, reflected in the use of the Google search engine, has been redefined using various keywords. The purpose of the study is to identify the role of this new market data from the Internet in the explication of global food prices. The Toda–Yamamoto causality approach and generalized impulse-response analysis for identification of the long- and short-run interrelationships are applied to monthly data spanning from January 2004 to December 2015. The findings show that Internet concerns over the financial crisis and oil prices significantly explain the volatility in global food prices. According to this result, Internet interest in keywords with reference to oil prices can explain food prices by its effects, which fluctuate at intervals between 0.1% and 18.1% within a 10-month period. However, the Internet interest in keywords with reference to the financial crisis can explain food prices by its effects, which fluctuate at intervals between 0.26% and 1.03% within a 5-month period. This study is a unique contribution to the literature on Internet behavior. The role of information on food prices was verified. Individuals use the Internet to obtain information, and then they react in accordance with it. Internet behavior is a reflection of the market. Google searches can be helpful information for macro variables.

Keywords: Google Trends, Internet Concerns, Global Food Prices

1. INTRODUCTION

Globally, commodity markets are among the major pillars of an economy. The dynamics of commodity markets help shape the dimensions of an economy. High volatility in commodity markets affects producers as well as consumers. High volatility creates market uncertainty and hinders efficient pricing, thus making market manipulation easier.

Between the years of 2005 and 2009, there was a period of high volatility in the agricultural commodity markets. According to the International Monetary Fund global food price index, the trend in food prices, beginning in 2002, has reached its peak. This hike in food prices is seen particularly in wheat and other cereal products. Between 2005 and the first quarter of 2008, the International Monetary Fund Food Products Price Index increased by 65%; however, wheat prices increased by 170% within the same period. The Food and Agriculture Organization food price index has shown volatility in food prices from 2004 until the present moment. The highest volatility was experienced in 2008. Such high volatility poses a serious threat to the global economy.

At the core of the price movements, there are consumers and producers in other words, human behaviors. These behaviors may change for different psychological reasons, such as various individual feelings (Kahneman, 2003), interactions in decision making (Tversky and Kahneman, 1983), cognitive calculations (Kahneman and Tversky, 1982) or herd behavior. Therefore, understanding human behavior can also improve understanding of market behaviors such as food prices.

Currently, the most vital tool used in measuring human behavior is the Internet, as there are over 3 billion Internet users worldwide (Internet World Stats, 2015). People generally use the Internet to obtain and share information. The Internet is used in a variety of fields ranging from education to trade (Tay, 2015). The Internet has become an effective source of gathering information about users' behaviors, feelings, thought patterns and experiences (Kalampokis *et al.,* 2013). People use the Google search engine extensively to conduct a great many of their searches. With an income of approximately 75 billion dollars annually, Google has successfully become the most profitable technology company (Rosenberg, 2016). Its market shares in the laptop and tablet sectors are 66.41% and 92.47%, respectively (Search Engine Market Share, 2015).

This study analyzes the effect of cumulative behaviors on food prices. To measure cumulative behavior, Internet search trends of the keywords that may cause food price volatility are used. Google, the most popular search engine in the world, is used for this purpose.

This is a brief but comprehensive introduction to this study. In the second section, a literature review is presented. In the third and fourth sections, the methodology and research frameworks are presented. In the fifth section, empirical data and analysis are provided. The sixth section comprises the results and a discussion. Finally, some concluding remarks and implications are provided.

2. LITERATURE REVIEW

Oil is one of the most important overhead costs in agriculture. Volatility in oil prices affects production costs as well as transportation costs. Increases in gasoline prices in 2006 and 2007 has led to a 20% and an 8% increase in average food prices, respectively (International Monetary Fund, 2008). Many studies have been conducted showing the relationship between energy prices and agricultural prices (Gohin and Chantret, 2010; Nazlioglu, 2011; Nazlioglu *et al.,* 2013).

In particular, the economic crisis that engulfed the entire world in 2008 greatly impacted food prices. According to the International Monetary Fund (2008), the share of food prices in world inflation was 27% in 2006; however, in 2007, it increased to 44.3%. Many studies have found some relationship between macro factors and food price volatility (Akram, 2009; Scrimgeour, 2015; Kang *et al.,* 2016).

The issue of food prices being particularly affected by oil prices and economic instability is clearly acknowledged. However, in most of the studies, there is a loss of information due to the use of dummy variables in their models because dummy variables cannot reflect true market sentiments. Markets move based on the limited information their stakeholders have. As the market participants' preferences and behaviors change, so do those of the markets. Therefore, it is difficult for dummy variables to truly reflect the behaviors of the market participants and market sentiments, which makes the Internet a good choice for this sort of analysis.

Currently, the Internet is being used increasingly to understand individuals' behaviors. Every day, millions of people use search engines such as Google. Search engines reflect people's trends and behaviors more efficiently and effectively than do econometric models. The cumulative search trends are helpful in describing the behavior of the key market players, who are humans.

To date, numerous studies in economic fields have tried to relate various economic behaviors to Internet search trends. For example, according to Ji and Guo (2015a), the behaviors of Internet users affect market prices. In other studies, the volatility in oil prices is explained using Internet concerns regarding oil prices (Guo and Ji, 2013; Ji and Guo, 2015b). Peri *et al.,* (2014) and Li *et al.,* (2015) analyzed certain changes in trade and energy price volatility. Vlastakis and Markellos (2012) found a significant relationship between stock prices and Internet search trends for the biggest thirty stocks in the NYSE and NASDAQ indices. Hamid and Heiden (2015) developed a model to forecast stock market volatility using Google trends.

Zhang *et al.,* (2012) determined a high correlation between web search data and the Chinese consumer price index, while Da *et al.*, (2011) found a high correlation between the various keywords in Google searches and stock prices. Bank *et al.,* (2011) suggested that the increase in search queries was related to the increase in the liquidity of the German stocks. Basistha e*t al.*, (2015) proved the success of Internet search activity to estimate future price volatility for agriculture, food and metal commodities. Choi and Varian (2012) showed that search engine data was successful in predicting the short-term values of economic indicators, while Li *et al.,* (2015) found that such data has shown successful results in the analysis and forecasting of oil prices. Castelnuovo and Tran (2017) found that the indices obtained from Google Trends have significantly contributed to the dynamics of unemployment in the United States, both economically and statistically. Dimpfl and Jank (2016) identified a co-mobility between the volatility of the Dow Jones and Internet search volume. Perlin *et al.,* (2017) found evidence of the existence of an interaction between Google search queries and the international capital markets. This interaction was particularly strong during the 2009 global crisis. Google search data can be used as traditional macro-finance variables, according to Campos *et al.,* (2017), and as indicators of inflation, according to Guzman (2011).

Dergiades *et al.*, (2015) analyzed the effect of social media (Twitter, Facebook, and Google blogs) and the Google search engine on financial markets. Moreover, Smith (2012) and Liu *et al.,* (2015) found a relationship

between forex market volatility and Google trends for certain specific keywords. Goddard *et al.,* (2015) investigated the link between investors' attention and the forex market, measuring investors' attention with the help of Google search trends. Likewise, other studies found a strong relationship between house prices and keyword searches on unemployment rates (Askitas and Zimmermann, 2009; Das *et al.,* 2015). Vicente et al. (2015) used Google trends to forecast unemployment rates in Spain. Vosen and Schmidt (2011) forecasted private consumption expenditures with the help of Google search trends over the same period. Ap Gwilym *et al.,* (2014) identified the speculative demands of individual investors in stock prices using the Google search volume index.

In general, the previous studies found the Google search engine indicators to be as good as research-based indicators. In contrast with previous studies on price formation in commodity markets, this study explains the volatility in food prices with the help of Google search trends on the financial crisis and oil prices.

3. RESEARCH FRAMEWORK

This study examines whether the web browsing information of proven variables affecting agricultural prices is important in the literature. Accordingly, these behaviors are the indicators of the market, such as real-time macro variables. The correctness of this information is an indication that search engine clicks can be a helpful variable in explaining macro data.

In fact, large-scale research studies are often expensive, time-consuming and slow; moreover, the findings may vary widely depending on the sample size and its geographical characteristics. However, the time-dependent inquiry volumes of web search engines, which are open to the public (Google has been selected for this paper), might represent the reactions of the public (Qin and Peng, 2016) because people generally search the web only for the topics that interest them. In other words, if an individual searches for something on the web, it means that that person is interested in the fields associated with the query keywords used (Schoen et al., 2013). For this reason, search queries are tightly attached to public concerns in the real world.

The Internet is now widely used everywhere, and web search engines have become common tools for finding information across the world (Castillo et al., 2013). Due to this widespread use, search queries on the web have a large number of representative samples that cannot create prejudice.

Web search engines can analyze the properties of keywords and make new keyword suggestions that are appropriately correlated based on relevance. Google Trends offers a number of different filtering options (Jun and Park, 2017), which are useful tools to help users find information about specific search interest areas more effectively and in a more guided way. For this reason, the keywords' representation of the cumulative behavior is rational.

The price indices based on the search data obtained from Google Trends have performed better than the fundamental models. Thus, Google data may be used as an early market indicator. Moreover, data from Google Trends have performed better than survey-based indicators (Vosen and Schmidt, 2012). Similarly, quarterly unemployment estimates that were performed in the US using Google-based models provided more accurate results than did survey-based models (D'Amuri and Marcucci, 2017). Campos et al. (2017) compared the traditional macro-finance variables and search volume data obtained from Google and found that search volume data is a good proxy variable for traditional macro-finance variables and, at the same time, it carries additional information.

According to this information, two factors related to the food market (oil prices and the economic crisis) have been chosen as the source of interest and concern in the market. These factors have been derived from the evidence obtained from market data by previous studies, as described in detail in the literature section. Subsequently, keywords that focus on the two selected areas have been determined. These keywords were then transformed into index form by expanding them in the Google Trend query volumes.

However, these analyses have been carried out under various constraints. The first of these is the use of Google as a search engine and the fact that this research is limited to the countries where this search engine is used. Second, the research includes only the keywords in English. Third, the absence of Google key search data before January 2004 limits the evaluation of data from a longer period of time. Finally, although the selection of relevant keywords has provided successful results in numerous studies, the discussion of this topic continues in the literature.

4. DATA and METHODOLOGY

4.1. Data

In the study, monthly data between January 2004 and December 2015 were used. This period was selected based on data availability. The Food Prices Index (FP) data were collected from the official website of the Food and Agriculture Organization.

The Food and Agriculture Organization Food Prices Index comprises a total of 73 food item prices, weighted per volume in trading. The peak of this index was reached in 2008, having reached 201 points. However, in December 2015, the general food prices were 24% lower than those in 2008. When the food prices are examined annually in monthly intervals, the volatility is much more visible.

The data on Internet concerns regarding the financial crisis (CR) and oil prices (OIL) were taken from Google Trends. In the selection of these key events, the events that were previously used as independent variables in models and proven to have an impact on food prices were used. These events have been examined in detail in the literature section. Depending on the content of these core events, they have been expanded by taking the most commonly recommended search terms offered by Google into account. Thus, keywords describing the market interest have been identified. Additionally, correlations between words have been examined, and the Google Trend index for the indexed words has been used as a variable. The following keywords are used to measure search trends for each of the variables: for the economic crisis: economic crisis, financial crisis; for oil prices: oil price, crude oil price, and the price of gas.

Google gives the search volume of the specified keyword as a value in the time interval corresponding to that turn, not in the absolute sense. Thus, the queries are automatically normalized by Google after the broad match. Only the terms related to the research topics can be defined as search strings when generating the Google search data. Google allows the extraction of keywords in different match groups in the search engine, and thus, the best match and volume for the searched words can be offered by Google. The relationship of the relevant match with the keywords in the selection of the relevant topic has been supported by numerous studies (Choi and Varian, 2012; Li *et al.,* 2015). The descriptive statistics of variables are summarized in Table 1.

Table 1. Descriptive statistics

	FP	OIL	CR
Mean	173.9771	48.36111	18.14583
Median	175.9107	38.00000	13.00000
Maximum	240.0935	162.0000	140.0000
Minimum	108.0064	20.00000	3.000000
Observations	144	144	144

4.2. Methodology

Toda and Yamamoto (1995) have stated that Wald hypothesis testing, which is conducted by adding the maximum integration degree of the series to the VAR model, will have a chi- square distribution. The approach of Toda and Yamamoto (1995) is adapted to a standard VAR model with the level of variables, thereby minimizing the risks arising from the probability of the misidentification of series' integration degree (Mavratas and Kelly, 2001).

Toda and Yamamoto's (1995) (TY, hereafter) procedure does not require any pretext for the estimation. It meets the requirements of the Granger causality test over the long term. Another advantage of the TY procedure is its ability to be applied in series integrated at different levels. The benefits of these tests are the main reason for their use in this study.

The TY approach is calculated by adding lag lengths (k) to the lag of the VAR (k) model in levels during the Wald test [VAR(k+d)]. With reference to that,

$$Vt = \alpha + \beta_1 V_{t-1} + \ldots\ldots + \beta_k + dV_{t-(k+d)} + \varepsilon_t$$

where Vt indicates OIL_t, CR_t, FP_t, β_i denotes 3*3 dimensional coefficient matrix of the variable d at t time, and α and ε_t denotes 3*1 dimensional constant vector and white noise wastes, respectively. VAR (k) in levels (here, optimal lag length) is augmented with the maximum integration degree of variable "d". Thereafter, the modified Wald test can be performed on first parameters k of lag-augmented L-VAR (k+d) system. Although

the TY procedure provides a robust means for Granger causality tests in the long run, it does not tell us how series react, as any shock could occur from any variable of the system. In this conjuncture, the generalized action and reaction analysis were utilized to explain the short-run relationships of the variables. The generalized approach is superior to the traditional approach due to the absence of semi-generality (Bollerslev, 1986). However, the results are not affected by the input order of variables in the generalized approach (Pesaran and Shin, 1998).

5. RESULTS

The TY procedure necessitates the need to determine the maximum integration level of the series. Therefore, the properties of variables were tested using various unit root tests from Dickey and Fuller (1979) (ADF). The Dickey-Fuller GLS (DF-GLS) as well as Philips and Perron (1988) (PP) demonstrated that the maximum integration level of unit root tests is 1 (d=1) (Table 2). The TY procedure does not demand any pretest, such as the Granger causality test. Hence, the TY procedure was executed after the maximum integration order was defined as 2.

Table 2. Results for unit root tests

Unit		Levels				First-differences			
root		Intercept		Intercept and trend		Intercept		Intercept and trend	
tests	Variable	t-Statistic	Prob	t-Statistic	Prob	t-Statistic	Prob	t-Statistic	Prob
ADF	CR	-2.23183	0.1961	-2.18075	0.4962	-11.05228	0.0000	-11.02883	0.0000
	OIL	-3.42102	0.0118	-3.41284	0.0537	-10.98675	0.0000	-10.94492	0.0000
	FP	-1.94675	0.3102	-1.99802	0.5971	-7.146963	0.0000	-7.189940	0.0000
DF-GLS	CR	-1.97582	0.0502	-2.15213	0.0331	-11.08800	0.0029	-11.08265	0.0024
	OIL	-2.56630	0.0113	-3.18407	0.0018	-10.70698	0.0000	-10.70899	0.0000
	FP	-1.09455	0.2756	-2.13331	0.0346	6.33616	0.0000	6.65525	0.0000
PP	CR	-2.67712	0.0805	-2.64237	0.2625	-11.47398	0.0000	-11.85645	0.0000
	OIL	-3.60759	0.0067	-3.60101	0.0332	-11.27882	0.0000	-11.22109	0.0000
	FP	-1.53742	0.1264	-1.47000	0.8354	-7.14696	0.0000	-7.23006	0.0000

The first step prior to estimating the descriptive equation is the identification of lag lengths of the VAR model. To identify these lag lengths, the Akaike information criterion (AIC), Schwarz information criterion (SC) and Hannan-Quinn (HQ) information criterion were primarily considered. The model lag length is determined as three (3) in accordance with the information criteria (Table 3). However, standard errors were adjusted by applying the Newey-West correction method to remove heteroscedasticity and autocorrelation problems at this lag length. The fact that all the inverse roots of the AR characteristic polynomial fall inside the unit circle indicates the stability of the VAR model.

Table 3. VAR Lag Order Selection Criteria

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-1914.822	NA	3.56e+08	28.20327	28.26752	28.22938
1	-1445.944	910.1747	411176.8	21.44036	21.69736	21.54480
2	-1419.337	50.47501	317449.7	21.18143	21.63118*	21.36420
3	-1403.656	29.05757*	287890.8*	21.08317*	21.72567	21.34426*
4	-1395.834	14.14722	293205.8	21.10050	21.93575	21.43993
5	-1390.458	9.487619	309727.2	21.15379	22.18179	21.57155
6	-1387.091	5.793762	337228.2	21.23663	22.45737	21.73271
7	-1384.680	4.040790	372691.3	21.33354	22.74703	21.90794
8	-1378.321	10.38128	389030.6	21.37236	22.97861	22.02510

In Table 4, the long-term causality results are displayed. However, the validity of diagnostic tests should be controlled in order to identify the availability of the model. The diagnostic tests of the models were generated with the Newey-West correction, and the F-statistic values are presented at the bottom of Table 4. The null hypotheses were accepted for the White, BPG, BG and ARCH tests. Regarding the BPG test, the variance of error terms is differentiated based on variables in the model and the latter's square. The White and ARCH tests show that the model is homoscedastic. The BG (Breusch–Godfrey) test reveals the existence of varied autocorrelation in the models. As all data are evaluated, the model can be applied with confidence.

The assessment of all data establishes the reliability of the model. The long-term causality analyses uncover compelling results. Pursuant thereto, there is a causal relationship at a significance level of 5% between the clicks related to oil prices on the Internet search engine and food prices. Likewise, causality between the clicks with respect to the economic crisis on the Internet search engine and food prices was detected. In the opposite direction of these two conditions, there is no causality. In other words, any causality from food prices to the clicks on the Internet could not be found.

Table 4. Long run causality Block Exogeneity Wald Test Results[a]

Hypothesized	Test Statistic	Value	Probability
OIL => FP	F-statistic	2.733091	0.0319*
	Chi-square	10.93236	0.0273*
CR => FP	F-statistic	2.938784	0.0231*
	Chi-square	11.75514	0.0193*
FP => OIL	F-statistic	0.910493	0.4600
	Chi-square	3.641972	0.4566
FP => CR	F-statistic	1.621159	0.1729
	Chi-square	6.484635	0.1658
Diagnostic tests			
Var (p+d) 4			
BG	0.067982		
BPG	1.476910		
White test	1.042.41		
ARCH	0.244636		

[a] Test Statistic * denote statistical significance at the %5 level of significance, respectively. BG: The Breusch–Godfrey test for the null of no serial correlation up to four lags. BPG: The Breusch–Pagan–Godfrey test for the null of homoscedasticity. White: the White test for the null of homoscedasticity. ARCH: The Engle test for the null of no autoregressive conditional heteroscedasticity.

In Figure 1, the impulse and response functions are presented. The impulse and response functions represent the reactions of relevant variables in the face of an abrupt shock effect. These presented that relationships can be qualified as an indicator of the short-run equilibrium.

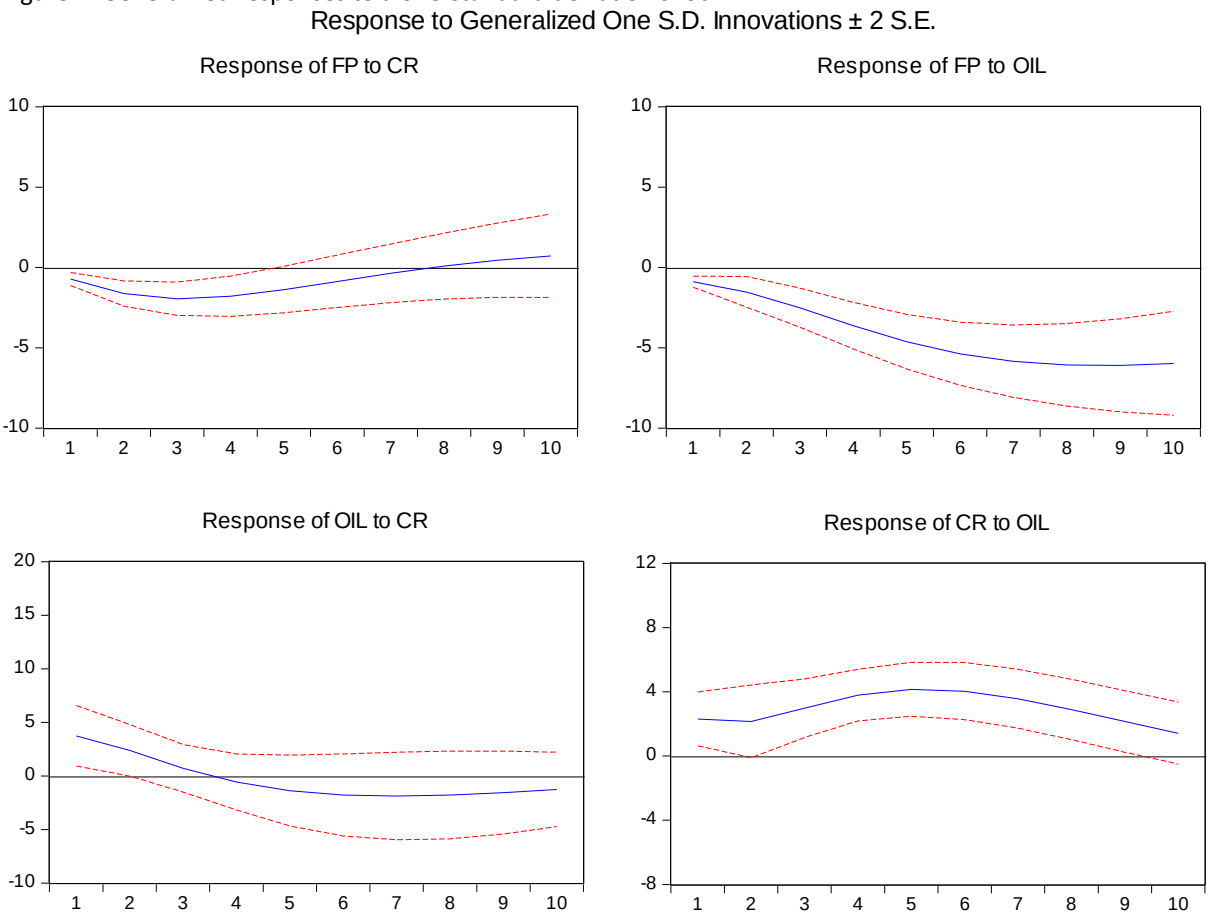
First, the effect of Google search volume shocks, regarding oil prices, upon the search volume on the financial crisis is observed. Based on this observation, the shocks resulting from the Internet search volume on oil prices induce the search volume on the economic crisis in the short term.

The effect of this relationship occurs within a period of 2 months. However, the Internet search volume using keywords related to oil prices is marginal, to the extent that it is not affected by the shocks emanating from the search volume on the financial crisis. In fact, oil prices are a considerable determinant of economic stability. Hence, it is an expected finding that the clicks related to the financial crisis respond to the shocks of the search volume on oil prices in the short term.

Second, the response of food prices in consequence of the shocks resulting from clicks on the Internet search engine is presented. In accordance with this finding, the shocks of Internet clicks on keywords regarding the

financial crisis affect food prices within a 5-month period, while the period of response is longer for clicks related to oil prices.

Figure 1. Generalized responses to a one-standard deviation shock



The variance decomposition is an important instrument that is able to establish how much of the variation stems from the concerned variable or other variables when a variation arises in a variable's variance.

Pursuant thereto, the variance decomposition results of effects on food prices created by Google search trends are shown in Table 5. Regarding this, the Internet interest in keywords with reference to oil prices can explain food prices by their effects, which fluctuate at intervals between 0.1% and 18.1% within a 10-month period. However, Internet interest in keywords with reference to the financial crisis can explain food prices by their effects, which fluctuate at intervals between 0.26% and 1.03% within a period of 5 months.

The findings from this research substantiate several studies investigating the relationship between food prices and oil prices (Serra, 2011; Nazlioglu et al., 2013). In addition, the results of this study support other studies inquiring into the association between the economic crisis and food prices (Headey and Fan, 2008; Kang et al., 2016). However, the results of this study were obtained from keyword searches on an Internet search engine, unlike the other studies. Links between oil prices and interest in various keywords on an Internet search engine were found in previous studies (Guo and Ji, 2013; Ji and Guo, 2015b). This study is a unique contribution to the literature on Internet behavior.

Accordingly, in this study, whether the web browsing information regarding variables, which have been previously proven in the literature to affect agricultural prices, is significant will be examined. Findings reveal that web browsing behavior has an explanatoriness level on the agricultural prices. Therefore, Internet search data can be used as a proxy variable that supports the macro data. The findings support various studies that reveal that web browsing behavior can be used as a helping utility in the explanatoriness of the macro variables (Vosen and Schmidt, 2012; D'Amuri and Marcucci, 2017; Campos et al., 2017).

The role of information on food prices was verified. Individuals use the Internet to obtain information, and then they react in accordance with it. Therefore, Internet behavior is a reflection of the market. Moreover, the

number of Internet users continues to increase. This situation points to the fact that the role of the Internet in determining price formation will be more significant in the future.

Table 5. Variance Decomposition of FP

Period	S.E.	FP	OIL	CR
2	7.247847	99.53501	0.198386	0.266606
3	10.04650	98.81824	1.022060	0.159701
4	12.71874	97.32359	2.310967	0.365438
5	15.18443	94.38021	4.583277	1.036509
6	17.46009	90.53765	7.658329	1.804023
7	19.56822	86.59076	10.82310	2.586140
8	21.48465	82.87857	13.64948	3.471945
9	23.20675	79.39338	16.08300	4.523615
10	24.74928	76.13565	18.15481	5.709538

6. CONCLUSION

This study investigates the behavioral effect of the Internet search volume for the financial crisis and oil prices on food price volatility. The study adds further useful evidence to the literature regarding the Internet behavior.

The results show that the subject variables derived from Google search trends can be used as an adjunct to explain food prices.

Market participants tend to react quickly to information on the Internet in order to adapt to the new market environment. It might be expected that information on the Internet will play a significant role in the pricing mechanisms of the markets of the new era. The results will add a new dimension to the literature on commodity market dynamics and will also be helpful for policy makers to better understand the volatility in food prices.

In this study, the relationships between the query volume and overall agricultural price level were discovered in the keywords from Google searches. Market prices can be shaped by behavioral trends, depending on geographic regions and the internal dynamics of the country. Therefore, the significance of the results according to different Internet search engines and language penetrations in different countries should be evaluated in the future studies.

REFERENCES

Akram, Q.F.: Commodity prices, interest rates and the dollar, Energy Economics. 31. 838– 851. (2009). https://doi.org/10.1016/j.eneco.2009.05.016

Ap Gwilym, O., Kita, A., & Wang, Q.: Speculate against speculative demand, International Review of Financial Analysis. 34. 212-221. (2014). https://doi.org/10.1016/j.irfa.2014.03.001

Askitas, N. and Zimmermann, K. F: Google ecometrics and unemployment forecasting, Alied Ecomics Quarterly. 55. 107–120. (2009). https://doi.org/10.3790/aeq.55.2.107

Bank, M., Larch, M., & Peter, G.: Google search volume and its influence on liquidity and returns of German stocks. Financial markets and portfolio management, 25(3), 239-264. (2011). Doi 10.1007/s11408-011-0165-y

Basistha, A., Kurov, A., & Wolfe, M. H.: Forecasting commodity price volatility with internet search activity. In Proceedings of NCCC-134 conference on applied commodity price analysis, forecasting, and market risk management.1-26. (2015).

Bollerslev, T.: Generalized autoregressive conditional heteroscedasticity, Journal of Ecometrics.31. 307-327. (1986). https://doi.org/10.1016/0304-4076(86)90063-1

Campos, I., Cortazar, G., & Reyes, T.: Modeling and predicting oil VIX: Internet search volume versus traditional mariables. Energy Economics, 66, 194-204. (2017). https://doi.org/10.1016/j.eneco.2017.06.009

Castelnuovo, E., & Tran, T. D.: Google It Up! A Google Trends-Based Uncertainty Index for the United States and Australia. Economics Letters. (In Press). (2017). https://doi.org/10.1016/j.econlet.2017.09.032

Castillo, C., Mendoza, M. and Poblete, B.: Predicting information credibility in time-sensitive social media, Internet Research. 23(5). 560-588. (2013). https://doi.org/10.1108/IntR-05-2012-0095

Choi, H., & Varian, H.: Predicting the present with Google Trends. Economic Record, 88(s1), 2-9. (2012). Doi: 10.1111/j.1475-4932.2012.00809.x

D'Amuri, F., & Marcucci, J.: The predictive power of Google searches in forecasting US unemployment. International Journal of Forecasting, 33(4), 801-816. (2017). https://doi.org/10.1016/j.ijforecast.2017.03.004

Da, Z., Engelberg, J., & Gao, P.: In search of attention. The Journal of Finance, 66(5), 1461-1499. (2011). Doi: 10.1111/j.1540-6261.2011.01679.x

Das, P., Ziobrowski, A., & Coulson, N. E.: Online information search, market fundamentals and apartment real estate, The Journal of Real Estate Finance and Ecomics. 51(4), 480-502. (2015). https://doi.org/10.1108/IntR-05-2012-0095

Dergiades, T., Milas, C., & Panagiotidis, T. Tweets: Google trends, and sovereign spreads in the giips, Oxford Ecomic Papers. 67(2). 406-432. (2015). https://doi.org/10.1093/oep/gpu046

Dimpfl, T., & Jank, S.: Can internet search queries help to predict stock market volatility?. European Financial Management, 22(2), 171-192. (2016). Doi: 10.1111/eufm.12058

Food and Agriculture Organization, (2007) Food outlook global market analysis Available from <http://www.fao.org/docrep/010/ah876e/ah876e06.htm> [Accessed June 06, 2015]

Food and Agriculture Organization, (2008) Food index Available from <http://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/> [Accessed June 06, 2015]

Goddard, J., Kita, A., & Wang, Q.: Investor attention and FX market volatility. journal of international financial markets, Institutions and Money. 38. 79-96. (2015).

Gohin, A., & Chantret, F.: The long-run impact of energy prices on world agricultural markets: the role of macro-ecomic linkages, Energy Policy, 38(1). 333-339. (2010). https://doi.org/10.1016/j.enpol.2009.09.023

Google Trend, (2015) Google trend, <https://www.google.com/trends/> [Accessed June 03, 2015]

Guo, J. F., & Ji, Q.: How does market concern derived from the internet affect oil prices?, Alied Energy. 112. 1536-1543. (2013). https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2013.03.027

Guzman, G.: Internet search behavior as an economic forecasting tool: The case of inflation expectations. Journal of economic and social measurement, 36(3), 119-167. (2011).

Hamid, A., & Heiden, M.: Forecasting volatility with empirical similarity and Google Trends, Journal of Ecomic Behavior & Organization. 117. 62-81. (2015). https://doi.org/10.1016/j.jebo.2015.06.005

Headey, D., & Fan, S.: Anatomy of a crisis: the causes and consequences of surging food prices, Agricultural Economics. 39(1). 375-391. (2008). Doi: 10.1111/j.1574-0862.2008.00345.x

International Monetary Fund (2008), World economic outlook, availableat: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2008/02/pdf/text.pdf> (accessed June 03, 2015).

Internet World Stats, (2015), available at: http://www.internetworldstats.com/ (accessed June 03, 2016).

Ji, Q., & Guo, J. F.: Market interdependence among commodity prices based on information transmission on the internet, Physica A: Statistical Mechanics and its Applications. 426. 35-44. (2015a). https://doi.org/10.1016/j.physa.2015.01.054

Ji, Q., & Guo, J. F.: Oil price volatility and oil-related events: An Internet concern study perspective. Applied Energy, 137, 256-264. (2015b). https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2014.10.002

Jun, S. P., & Park, D. H.: Visualization of brand positioning based on consumer web search information: using social network analysis, Internet Research. 27(2). 41 (2017). https://doi.org/10.1108/IntR-02-2016-0037

Kahneman, D., & Tversky, A.: The psychology of preferences, Scientific American. 246(1). 160-173. (1982).

Kahneman, D.: Mapping bounded a perspective on judgment and choice. American Psychologist. 8(9). 697-720. (2003). Doi: 10.1037/0003-066X.58.9.697

Kalampokis, E., Tambouris, E., & Tarabanis, K.: Understanding the predictive power of social media, Internet Research. 23(5). 544-559. (2013). https://doi.org/10.1108/IntR-06-2012-0114

Kang, H., Yu, B. K., & Yu, J.: Global liquidity and commodity prices, Review of International Economics. 24(1). 20-36. (2016). Doi: 10.1111/roie.12204

Li, X., Ma, J., Shang, W., Wang, S., & Zhang, X.: How Does Public Attention Influence Natural Gas Price?: New Evidence with Google Search Data. In Natural Resources Management: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications. 1489-1506. (2017). Doi: 10.4018/978-1-5225-0803-8.ch070

Li, X., Ma, J., Wang, S., & Zhang, X.: How does google search affect trader positions and crude oil prices?, Economic Modelling, . 49. 162-171. (2015). https://doi.org/10.1016/j.econmod.2015.04.005

Liu, Y., Chen, Y., Wu, S., Peng, G., & Lv, B.: Composite leading search index: a preprocessing method of internet search data for stock trends prediction, Annals of Operations Research. 234(1). 77-94. (2015). Doi 10.1007/s10479-014-1779-z

Mavratas, G., Kelly, R.: Old wine in new bottles: Testing causality between savings and growth. The Manchester School. 69(1). 97–105. (2001). Doi: 10.1111/1467-9957.69.s1.6

Nazlioglu, S., Erdem, C., Soytas, U.: Volatility spillover between oil and agricultural commodity markets, Energy Economics. 36(1). 658-665. (2013). https://doi.org/10.1016/j.eneco.2012.11.009

Nazlioglu, S.: World oil and agricultural commodity prices: Evidence from nonlinear causality, Energy Policy. 39. 2935–2943. (2011). https://doi.org/10.1016/j.enpol.2011.03.001

Peri, M., Vandone, D., & Baldi, L.: Internet, noise trading and commodity futures prices. International Review of Economics & Finance. 33. 82-89. (2014). https://doi.org/10.1016/j.iref.2014.03.006

Perlin, M. S., Caldeira, J. F., Santos, A. A., & Pontuschka, M.: Can we predict the financial markets based on Google's search queries?. Journal of Forecasting, 36(4), 454-467. (2017). Doi: 10.1002/for.2446

Pesaran, H. H., & Shin, Y.: Generalized impulse response analysis in linear multivariate models, Economics Letters. 58(1). 17-29. (1998). https://doi.org/10.1016/S0165-1765(97)00214-0

Qin, J., & Peng, T. Q.: Googling environmental issues: web search queries as a measurement of public attention on environmental issues, Internet Research. 26(1). 57-73. (2016). https://doi.org/10.1108/IntR-04-2014-0104

Rosenberg, E: The business of google (GOOG), available at: http://www.investopedia.com/articles/investing/020515/business-google.asp (accessed 5 August 2016).

Schoen, H., Gayo-Avello, D. , Metaxas, P.T. , Mustafaraj, E. , Strohmaier, M. and Gloor, P.: The power of prediction with social media, Internet Research. 23(5). 528-543. (2013). https://doi.org/10.1108/IntR-06-2013-0115

Scrimgeour, D.: Commodity price responses to monetary policy surprises, American Journal of Agricultural Economics. 97(1).88-102. (2015). https://doi.org/10.1093/ajae/aau054

Search engine market share, (2015), available at: https://www.netmarketshare.com/search-engine-market-hare.aspx?qprid=4&qpsp=2015&qpnp=1&qptimeframe=Y&qpcustomd=1(accessed June 07, 2016).

Serra, T.: Volatility spillovers between food and energy markets: a semiparametric approach. Energy Economics. 33(6). 1155-1164. (2011). https://doi.org/10.1016/j.eneco.2011.04.003

Smith, G. P.: Google internet search activity and volatility prediction in the market for foreign currency, Finance Research Letters, 9(2). 103-110. (2012). https://doi.org/10.1016/j.frl.2012.03.003

Tay, C.: The impact of the internet on trade in education, Technological and Economic Development of Economy, 21(6). 833-854. (2015). https://doi.org/10.3846/20294913.2015.1108941

Toda, H.Y. & Yamamoto, T.: Statistical inference in Vector Autoregressions with possibly integrated processes. Journal of Econometrics, 66, 225-250. https://doi.org/10.1016/0304-4076(94)01616-8

Tversky, A., & Kahneman, D.: Extensional versus intuitive reasoning: The conjunction fallacy in probability judgment. Psychological Review. 90(4). 293-315. (1983). http://dx.doi.org/10.1037/0033-295X.90.4.293

Vicente, M. R., López-Menéndez, A. J., & Pérez, R.: Forecasting unemployment with internet search data: Does it help to improve predictions when job destruction is skyrocketing?. Technological Forecasting and Social Change. 92. 132-139. (2015). https://doi.org/10.1016/j.techfore.2014.12.005

Vlastakis, N., & Markellos, R. N.: Information demand and stock market volatility. Journal of Banking & Finance. 36(6). 1808-1821. (2012). https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2012.02.007

Vosen, S., & Schmidt, T. A.: Monthly consumption indicator for Germany based on Internet search query data. Applied Economics Letters, 19(7), 683-687. (2012).

Vosen, S., & Schmidt, T.: Forecasting private consumption: survey-based indicators vs. Google Trends, Journal of Forecasting. 30. 565–578. (2011). Doi: 10.1002/for.1213

Zhang, C., Lv, B., Peng, G., Liu, Y., & Yuan, Q.: A study on correlation between web search data and CPI. In Recent Progress in Data Engineering and Internet Technology. 269-274). Springer, Berlin, Heidelberg. (2012).

Evaluation of The Perception of Patient Safety Competencies: A Cross-sectional Study in Undergraduate Nursing Students in Turkey

Ass.Prof.Dr. Gülden Aynacı[1] **Expert. Zuhal Guksu[2]**

[1]Trakya University, Vocational Health School, guldenaynaci@hotmail.com

[2]Trakya University, Medical Hospital, zuhalturkucu@hotmail.com

Abstract:

Introduction

The education process in the health sciences requires enhancing competence in patient safety and integrating it to professional experience. International professional organizations and World Health Organization develop patient safety competence and training frameworks.

Material

Our study was performed in undergraduate nursing students of Trakya University Nursing School between June 2017 and March 2018. The Health Professional Education in Patient Safety Survey (H-PEPSS) which was designed to measure self-reported patient safety competencies of healthcare professionals and accepted for patient safety competence measurement was used and 354 students participated in our study.

Findings

Mean scores for culture of safety, communicating effectively, and understanding human and environmental factors were 4 and above meaning that participants were feeling confident. They were feeling less confident in clinical safety skills, working in teams with other health professionals, managing safety risks, and recognizing and responding to adverse events. More than 70% of the participants thought that they were good at understanding human and environmental factors and at communicating effectively in the clinic. They were confident that they could understand safe team and equipment in the workplace. There was confidence that they had sufficient opportunity to learn and interact with members of interdisciplinary teams. Most of the students understood that reporting adverse events and close calls can lead to positive change.

Discussion

Our work shows evidence that nursing students need to have training opportunities to improve their security skills and take initiatives. It is important for students to improve their confidence and competence in increasing the safety of the patient and in communicating with healthcare professionals in unexpected situations. Presence of safety issues in training programs should be supported and the quality of this education should be checked. Supporting students' thinking about patient safety knowledge and skills prepares them to be self-confident, and experienced under various circumstances.

Key Words: H-PEPSS, University students, Patient Safety, Nursing students

1. Introduction

The education process in the health sciences aims to increase the competence in patient safety. At the same time this process requires to integrate ability to provide patient safety to professional experience. Efforts to improve patient safety in health professional training make it possible to provide quality and effective health care. It is possible to increase the sensitivity of new healthcare professionals who will start clinical practice to their patient safety competencies from the time of their studentship. Objective tools used to measure patient safety knowledge, skills and attitudes are being developed to examine the impact of specific patient safety initiatives (Murray, Sundin, & Cope, 2018). The value of patient safety is becoming increasingly understood.

Increasing level of education in the field of healthcare and restructuring it to improve patient safety to optimal levels has an important place in patient care plans. In medical education and education of other health professionals, equipping the students with the knowledge, skills, and attitudes necessary to prepare them for their professional life and the need for educational restructuring is becoming increasingly important on the international scale (Cronenwett et al., 2007; J. Frank & Brien, 2008; Lockwood & Roberts, 2007; Nursing, 2006; O'Leary & Leape, 2012). Universities that educate nurses worldwide have begun to see patient safety as the core content of the curriculum taking into account increasing concerns about safety in healthcare (Robson, Clark, Pinnock, White, & Baxendale, 2013). Increasing the level of competence in patient safety requires the

inclusion of patient safety content in healthcare professionals' training curriculum and emphasizing the sociocultural aspects of the patient safety program. However, studies show that this does not happen quickly in healthcare services (Alper, Rosenberg, O'brien, Fischer, & Durning, 2009; E. Castel & Ginsburg, 2008; Kane, 2010; Wong, Etchells, Kuper, Levinson, & Shojania, 2010). Competence in patient safety is designed to be relevant with health disciplines. International Professional organizations and World Health Organization develop patient safety competence and training frameworks (J. R. Frank, 2005; Noble, Scott-Smith, O'Neill, & Salisbury, 2018). Emphasis is placed on six sociocultural areas that are essential for patient safety. These are: 1. Contributing to patient safety culture, 2. Working as a team for patient safety, 3. Effective communication for patient safety, 4. Managing security risks, 5. Optimizing human and environmental factors, 6. Recognizing negative events, responding to them and fulfilling related requirements (J. R. Frank, 2005; Walton, Shaw, Barnet, & Ross, 2006). As patient safety competencies emerge and as the number of efforts to include patient safety in healthcare education increases it is important that new healthcare workers that will enter into professional life form their own patient safety skills and reinforce them with their observations. H-PEPSS, is designed specifically for this purpose; it questions opinions of participants about their knowledge on a wide range of areas of patient safety competence; it has strong psychometric properties with reduced number of items. It is used to evaluate patient safety education, students of healthcare professions at the completion phase of their education, and healthcare professionals in various interdisciplinary settings. The results reflect students' views about learning experience and satisfaction with a program. At the same time it reflects whether or not healthcare professionals who are about to enter professional life understand the content of the patient safety program. H-PEPSS may also be used to assess attitudes and knowledge (self-report) about patient safety training for nurse competencies (Cronenwett et al., 2007; Stomski et al., 2018). H-PEPSS focuses on the more complicated socio-cultural aspects of patient safety; it is suitable for those who are at the last phase or completed their education; it is designed to be used while working with a wide range of healthcare professionals (L. Ginsburg, Castel, Tregunno, & Norton, 2012).

The aim of this study is to assess self-confidence of nursing students at the university in the area of patient safety competency by self-reported H-PEPPS surveys. Competencies and confidence levels of students in a university nursing department in Turkey about patient safety were evaluated both in the classroom and in the clinical settings.

2. Materials and Methods

This study was conducted between June 2017 and March 2018with Trakya University Nursing Faculty students who were between 18-29 years of age. To collect data from volunteering students sociodemographic form and "The Health Professional Education in Patient Safety Survey (H-PEPSS)" which is an accepted scale for patient safety and designed to assess self-reported patient safety competencies of healthcare workers were used. ''H-PEPSS'' was developed by Ginsburg et al and proven to be reliable (L. Ginsburg et al., 2012). H-PEPSS, was designed to measure information about and self-confidence of healthcare workers and health sciences students on six major topics of patient safety. It evaluates culture of safety, working in teams with other health professionals, communicating effectively, managing clinical safety risks, understanding human and environmental factors, and recognizing, responding to and disclosing adverse events. H-PEPSS, also includes confidence about clinical skills and broader patient safety issues and comfort speaking up about patient safety. The answers are evaluated on a 5 point Likert scale ranging from 1 point (strongly disagree) to 5 points (strongly agree). H-PEPSS is selected in our study because this scale can be used in a wide range of health professionals. It is also suitable for nursing students who have recently graduated from university, approaching graduation or continuing their education (L. Ginsburg et al., 2012; Stevanin et al., 2015). This scale mainly focuses on the sociocultural aspects of patient safety, including culture, teamwork, communication, risk management and understanding human factors. H-PEPSS addresses patient safety characteristics of health vocational training. It measures self-reported patient safety competence of health professionals and students. This survey which was summarized by Kirkpatrick is an assessment tool that reflects the educational outcomes of patient safety competence through assessment of training programs. H-PEPSS has also been used to assess attitudes and information about patient safety training for nurses (Cronenwett et al., 2007; Cronenwett et al., 2009). This assessment is useful when performed at an early period of starting a profession in healthcare. H-PEPPS investigates perspectives of students in the health professions about how to handle patient safety. It questions clinical safety issues (eg. Hand hygiene, transferring patients, drug safety) and also "system" aspects of patient safety (e.g. aspects of the organization, management, or the work environment including policies, resources, communication and other processes). The survey seeks only perceptions and opinions. It does not

assess right or wrong answers. The participant is asked to indicate the extent to which he/she agree or disagree with each question statement. The survey is totally based on voluntariness.

Approval for this study was obtained from Trakya University Ethical Committee on Social and Human Scientific Research and informed consents were obtained from all volunteers.

All statistical analyzes were performed using the IBM SPSS 21.0 package program. The normal distribution assumption in the statistical analyzes was controlled by the Shapiro-Wilk test. Student's t test was used for group comparisons. Relations between categorical variables were investigated by Pearson Chi-square test. The relationship between the quantitative variables was examined by Pearson correlation coefficient. The data were evaluated with appropriate descriptive statistics. Mean and standard deviation were used for quantitative variables and percentage and frequency were used for qualitative variables as descriptive statistics. Significance level was determined as 0.05 in all statistical analyzes.

3. Results

Our study included students from the Faculty of Health Sciences and the School of Health Sciences of Trakya University between September 2017 and March 2018. In our study, 354 nursing students voluntarily participated. Age, gender, school, class, place of residence, graduated high school and work experience of the subjects were questioned and recorded. Then, questions from "H-PEPSS" were asked. Among 354 students included in this study, 216 (61%) were females, and 138 (39%) were males. Among the students 207 (58,5%) were under 21 years of age and 147 (41.5%) students were 22 or over. During university education, 92 (26%) students were staying at home with their friends, 24 students were staying at home with their families, and 238 (67.2%) were staying at a dormitory. Ninetyfour (26.6%) of the university students were at first grade, 80 (22.6%) were at second grade, 86 (24.3%) were at third grade, and 94 (26.6%) were at fourth grade. Assessment of the high school they were graduated from demonstrated that 50 (14,1%) students were graduated from health vocational high school and 305 (85,9%) students were graduated from other high schools. They were questioned whether they were graduated from another university and 27 (7.6%) had another university degree. When they were asked about working as a healthcare worker before the university they were currently attending, 28 (7,9%) students stated that they worked in this field previously.

3.1. Perceived confidence in patient safety areas

The results for the first section of the H-PEPSS ''learning about specific patient safety content areas" is reported in Table 1 separately for classroom and clinical settings. Mean scores in culture of safety, communicating effectively, and understanding human and environmental factors were 4 points and above. Nursing students were feeling more confident in areas such as understanding human and environmental factors (classroom:4.14; clinic:4.22), "communicating effectively" (classroom: 4.12; clinic:4.22), and "culture of safety" (classroom: 4.02; clinic:4.03). They were feeling less confident in areas such as "Clinical safety skills", "Working in Teams with Other Health Professionals'', "Managing safety risks", and "Recognize, Respond to and Disclose Adverse Events". However even though their confidence level was borderline in "Recognize, respond to and disclose adverse events" their clinical score was better. They could manage safety risks statistically significantly better in the clinical settings. Similarly they were more confident in clinical settings than classroom about approach to human and environmental factors (Table 1).

Table 1. Self-reported patient safety scores in classroom and clinical area

Patient safety dimensions		Classroom Mean (SD)	Clinical Mean (SD)	P
Section1. Patient safety areas				
	Clinical safety skills	3.90 (0.91)	4.06 (0.98)	<0.001*
	Culture of patient safety	4.02 (1.92)	4.03 (0.82)	0.9
	Studying in teams with another health professionals	3.88 (0.84)	4.07 (2.00)	0.06
	Communicating efficiently	4.12 (0.87)	4.21 (0.85)	0.006*
	Managing safety risks in areas	3.80 (0.88)	3.89 (0.94)	0.002*
	Understanding environmental and human	4.14 (0.82)	4.22 (0.83)	0.01*

	agents			
	Recognize and prevent unexpected situations	3.89 (0.90)	3.99 (0.91)	0.001*

Percentage of participants who were confident with (score ≥ 4) what they have learned in education programs was evaluated. Confidence was assessed separately for the classroom and the clinical settings. Considering their confidence with what they learned about understanding human and environmental factors more than 70% of the participants scored ≥ 4 (classroom: 70.3%; clinic: 74.9%). For communicating effectively they were more confident in the clinic (76.4%). In addition, for clinical safety skills more than 60% of the participants scored ≥ 4 both in the classroom (61.0%) and in the clinical settings (68.4%). And for "culture of patient safety" 64.7% scored ≥ 4 in the clinic (Table 2).

Table 2. Percentage of participants who were confident with (score ≥ 4) what they have learned in education programs

Discussion	Agree/strongly agree			
Setting	Classroom		Clinical	
Patient safety areas	N	%	N	%
Clinical safety skills	216	61	243	68.6
Culture of patient safety	206	58.2	229	64.7
Studying in teams with another health professionals	194	54.8	209	59.1
Communicating efficiently	242	68.4	269	76.0
Managing safety risks in areas	183	51.7	206	58.2
Understanding environmental and human agents	249	70.3	265	74.9
Recognize and prevent unexpected situations	190	53.7	212	59.9

3.2. Having information about the broader aspects of patient safety and feeling self-confident while speaking up

Results of the second and third sections which evaluated how broader patient safety issues are addressed in health professional education and comfort speaking up about patient safety were evaluated in Table 2 by separately assessing scales in the classroom and in the clinic. The students felt confident about understanding safe team and equipment in the working environment; this confidence was present both in the classroom (4.25), and in the clinical settings (4.18). Evaluation of participants' data showed that they understood that reporting adverse events and close calls can lead to change and can reduce reoccurrence of events; this was true both in the clinic (4.13) and in the classroom (4.01). This awareness in the clinic was significantly more than in the classroom. Their confidence about 'They had sufficient opportunity to learn and interact with members of interdisciplinary teams' was higher in the clinic than in the classroom. Most of the students stated that broader aspects of patient safety (eg. hand hygiene, transferring patients, medication safety) were well covered in their education program (in the classroom 3.97, in the clinic 3.94) (Table 3).

Table 3. Broader aspects of patient safety and confidence in speaking up about patient safety

	Classroom Mean (SD)	Clinical Mean (SD)	P
Section 2. Broader aspects of patient safety	3.89 (0.83)	3.91 (0.88)	0.44
As astudent/ intern nurse, my scope of practice was clear to me	4.25 (0.90)	4.18 (0.94)	0.56
There is consistency in how patient safety issues were dealt with by different preceptors in the clinical/simulation setting	3.91 (1.04)	3.99 (1.03)	0.11
I had sufficient opportunity to learn and interact with members of interdisciplinary teams	3.66 (1.15)	3.78 (1.13)	0.006*
I gained a solid understanding that reporting adverse	4.01 (1.03)	4.13 (1.01)	0.003*

events and close calls can lead to change and can reduce reoccurrence of events			
Patient safety was well integrated into the overall program	3.77 (1.11)	3.78 (1.12)	0.81
Clinical aspects of patient safety (e.g. hand hygiene, transferring patients, medication safety) were well covered in our program	3.97 (1.06)	3.94 (1.10)	0.53
''System'' aspects of patient safety were well covered in our program (e.g. aspects of the organization, management, or the work environment including policies, resources)	3.86 (1.11)	3.83 (1.13)	0.53
Section 3. Confidence in speaking up about patient safety			
If I see someone engaging in unsafe care practice in the clinical setting, I feel I can approach them	3.40 (1.41)	3.46 (1.38)	0.11
If I make a serious error I worry that I will face disciplinary event	3.50 (1.05)	3.60 (1.06)	<0.001*
It is difficult to question the decisions or actions of those with more authority	3.37 (1.37)	3.51 (1.34)	0.12
In clinical settings, discussion of adverse events focuses mainly on system –releated issues, rather than focusing on the individual(s) most responsible for the events	3.84 (1.07)	3.51 (1.34)	0.001*

Comfort speaking up about patient safety was also evaluated. Most of the students reported that in the clinical settings, discussion around adverse events focused mainly on system related issues rather than focusing on the individuals most responsible for the event. Most of the nursing students agreed that reporting adverse events and close calls can lead to change and can reduce reoccurrence of events (in the classroom 73.4% and in the clinical setting 76%). Again most of the students agreed that patient safety was well integrated into the overall program (in the classroom 71.2 % and in the clinical settings 69.8%). But there were some aspects they were less confident. Their confidence about 'if they see someone engaging in unsafe clinical practice in the clinical setting they feel they can approach them' was low (52% in the classroom and 54.5% in the clinic) (Table 4). The participants also stated that it was difficult to question the decision or actions of those with more authority (in the classroom 51.4% and in the clinical settings 54.5%).

Table 4. Percentage of participants who were confident with (score ≥ 4) what they have learned in broader aspects and comfort speaking up about patient safety

Discussion	Agree/strongly agree			
Setting	Classroom		Clinical	
Broader aspects of patient safety	N	%	N	%
As a student, my scope of practice is very clear to me	290	81.9	283	79.9
There is consistency in how patient safety issues are dealt with by different preceptors in the clinical/simulation setting	242	68.4	244	68.9
I have sufficient opportunity to learn and interact with members of interdisciplinary teams	212	59.9	227	64.1
I am gaining a solid umderstanding that reporting adverse events and close calls can lead to change and reduce recurrence of events	260	73.4	269	76
Patient safety is well integrated into the overall program	211	59.6	216	61
Clinical aspects of patient safety are well covered in our program	252	71.2	247	69.8
'System' aspects of patient safety are well covered in our program	233	65.8	227	64.1
Confidence in speaking up about patient safety				
In clinical settings, discussion around adverse events focuses mainly on system-related issues, rather than focusing on the individual(s) most responsible for the event	221	62.4	227	64.1
It is difficult to question the decisions or actions of those with more authority	182	51.4	196	55.4
If I see someone engaging in unsafe care practice in the	184	52.0	193	54.5

	clinical setting, I feel safe to approach them				
	If I make a serious error I worry that I will face disciplinary event	184	52.0	192	54.2

4. Discussion and Conclusions

Results of this study showed that nursing students thought they could increase patient safety by communicating with patients clearly and consistently and by effective communication with other health service providers. Similar to this study K. Usher et al. (2017) concluded that nursing students were confident about effective communication dimension of patient safety (Usher et al., 2017). Participants were found to understand human factors such as fatigue and inexperience and environmental factors such as work flow, resources, and ergonomics can affect patient safety. They pointed out their efforts to ensure the safe application of healthcare technology. At the same time high scores from culture of safety indicates that they will question security culture issues and they will try to provide an environment to encourage the patients and employees to speak when they have security concerns. They felt borderline confidence in the part including recognizing adverse events, reducing harm by addressing immediate risks, participating in timely event analysis and planning, and disclosing an adverse event to the patient. Their scores in the clinical settings were high in clinical safety skills (safe clinical practice, hand hygiene, infection control, safe medication practices).

In some studies, students knew clinical safety aspects of patient safety better than sociocultural aspects both in the clinical settings and in the classroom (Duhn et al., 2012; Lukewich et al., 2015). In our study their confidence about understanding human and environmental factors in patient safety was high both in the classroom and in the clinical settings. Their score in recognizing, responding to and disclosing adverse events was better in the clinical settings. In some similar studies the students were more confident about what they have learned in the clinical settings about managing security risks, understanding human and environmental factors, recognizing and responding to immediate risks (VanDenKerkhof, Sears, Edge, Tregunno, & Ginsburg, 2017). In other studies that evaluated patient safety in health vocational training, mean scores for communicating effectively were at high levels. Ginsburg et al. (2012), detected 4.15 in the clinical settings; Van Den Kerkhof et al. (2017) detected 4.43; and K. Usher et al. (2017) detected 4.2 in the clinical settings (L. Ginsburg et al., 2012; VanDenKerkhof et al., 2017) (Berta et al., 2018; Usher et al., 2017). In our study the score in the clinical settings was 4.21 which reflected that the students had confidence in communicating effectively to prevent adverse events and they understood its importance for patient safety. In our study about 80% of the participants were confident that as a student the scope of practice was very clear to them. Lukewich et al. found this score as 67-70%. Van Den Kerkhof et al. reported a rate of 82%. In some other studies this rate was 48% in medical students, 66% in post-graduates and 67% in nursing students (Doyle, VanDenKerkhof, Edge, Ginsburg, & Goldstein, 2015; Lukewich, Edge, VanDenKerkhof, Williamson, & Tranmer, 2016).

In our study 52% of the nursing students stated that they feel themselves confident to warn if they see someone engaging in unsafe care practice, and 62.4% stated that in clinical settings discussion around adverse events focused mainly on system-related issues rather than focusing on the individual(s) most responsible for the event. This reflects that in practices during health vocational training environment, equipment, and resources are questioned rather than persons. These results suggest that educators should be educated to enhance skills of the students. In some other studies less than 60% of the students in health vocational training stated that they could approach confidently if they see someone engaging in unsafe care practice and more than 75% of the students stated that it was difficult to question the decisions or actions of those with more authority (Usher et al., 2017). Evaluation of findings about broader aspects of patient safety and comfort speaking up about patient safety, previous studies demonstrated that there were hesitations in questioning those who had authority and that the reactions were focused on subjects rather than events (VanDenKerkhof et al., 2017).

Students in this study were not willing to report something that could cause serious adversities for patient safety. Current study findings are similar to previous literature that demonstrated lower confidence to report errors or sloppy events in the clinical setting which points to a risk that problems with patient safety may be masked (E. S. Castel, Ginsburg, Zaheer, & Tamim, 2015). Healthcare providers should promote reporting when workers notice a problem, need or possible adversity (Burke, 2013). Nurses may express their concerns about team needs, professional behaviors, and frequent delays in addition to concerns about technical safety. Encouraging brave behaviors about patient safety concerns may achieve a change in established power

dynamics. Improving patient safety is more likely in environments that support reporting and participating (Dekker & Breakey, 2016). In clinics where no support is given to reporting despite presence of concerns about patient safety, unresponsiveness is more likely (Dankoski, Bickel, & Gusic, 2014; Hutchinson & Jackson, 2014).

Competency to achieve patient safety and ability to eliminate immediate risks and to find solutions constantly are being included to nursing undergraduate education. In fact, the risk depends on the knowledge and skills level of the nurses. It is important that healthcare providers should continue their individual development during their professional career (Mohanna & Chambers, 2018). Efforts to gain experience in patient care and safety continuously should be supported. Education programs of healthcare providers that require patient safety resemble technical education programs prepared by functional focused professions like engineering and architecture. The undergraduate nursing programs in which patient safety education has a share should focus primarily on the technical aspects of patient care. In order to minimize mistakes, a nursing undergraduate program must be pre-standardized, and include specific rules and instructions to provide a quality service. Nursing students reported that, when they are among professionally practicing nurses, they adapted even to unacceptable practices in order not to disturb their group membership; this process negatively affects patient safety (Levett-Jones & Lathlean, 2009).

In a study conducted with graduated nurses, it was reported that repressive behaviors from other nurses were an important factor in drug mistakes they made and this affected their reporting of unsafe practices (Sahay, Hutchinson, & East, 2015). In our study, similar to previous studies, nearly half of the participants reported that it was difficult for them to express concerns about unsafe practices because of the lack of authority. In contemporary nursing profession, leadership behaviors in clinics are important factors in shaping how nurses evaluate patient care in their field of practice. Clinical leaders for health vocational education students are nurses of that clinic and supervisors including that work as lecturers (Jackson et al., 2011; Mannix, Wilkes, & Daly, 2013). Students learn their professional practices from these health workers and form a nursing model (Steven, Magnusson, Smith, & Pearson, 2014). Findings from our study suggest that the sensitivities of nursing students in terms of patient safety should be increased and role model behaviors in the clinic staff should be encouraged. This requires that the authorities in the clinics should provide support to the students (Curtis, 2014). In our study nursing students told that they had difficulty in questioning decisions or acts of professional healthcare workers. These results are similar to previous studies which emphasized the culture in working environment of nurses and reported that nursing students may lose their confidence to talk on issues about patient safety (L. Ginsburg et al., 2012; L. R. Ginsburg, Tregunno, & Norton, 2012).

Effective learning and teaching strategies involving the factors that will help nurses to ensure patient safety and quality are necessary to achieve positive developments in patient safety in the clinics and to create environments that are as harmless as possible (Fagan, Parker, & Jackson, 2016). Consultations should be made among the staff and, if necessary, the staff distribution of the clinics should vary according to the circumstances of the patients. These changes should not be seen as failures and professional success, experience and safe clinical practice should be encouraged.

Critical review of undergraduate training programs is needed to ensure that patient safety in clinics is idealized and that in addition to clinical staff, nursing students are also assessed for their confidence and competence in this regard. For patient safety, starting from the smallest unit, evaluation opportunities should be presented to demonstrate the confidence and competence of the students (Lukewich et al., 2015; Mansour, 2013; Tregunno, Ginsburg, Clarke, & Norton, 2014; Weatherford & Viveiros, 2015). Focusing on patient safety issues develops and strengthens learning and clinical competence process of nursing students; however students are having difficulty in questioning decisions and acts of authorities and they have concerns that disciplinary sanctions will apply when they make mistakes. Patient safety should be integrated into undergraduate nursing curriculum. Students should gain confidence in themselves and increase information in all dimensions of patient safety. This focus should also continue with post-graduate nursing education programs and a special emphasis should be on applying interdisciplinary communication skills. The communication skills should be increased in the nursing education and training processes so that acquisition of patient safety awareness should be supported by effective communication with patients and colleagues.

Previous studies have demonstrated that experience needed to integrate patient safety focus to the field of practice may be insufficient. Current education and training plans should be examined to find suitable places for the placement of various dimensions of patient safety. Appropriate working units should be planned to evaluate patient safety competencies (Tregunno et al., 2014). Among healthcare providers, nurses play an important role in patient recovery and optimizing patient safety. Students who are nursing candidates should

be encouraged to feel confident about effective communication with health professionals and patients so that they can learn to maximize patient safety (Lindquist, Tracy, & Snyder, 2018). It is very important for these students to be individuals who are questioning practices, trying to improve patient safety, knowing about adverse events, producing solutions for them, and being self-confident to communicate with other professionals. For professionals in health care, patient safety principles should be in academic and clinical education, in order to support the application of quality patient safety practices. It is important to understand how nursing students handle patient safety according to their grade and clinical experience and to evaluate their perspective of patient safety (Duhn et al., 2012). Given the increasing incidence of adverse events and unanticipated processes in healthcare, greater emphasis should be placed on health vocational education to increase competence in patient safety. Nurses have an important role to minimize unwanted situations in healthcare. Patient safety training is included in many university nursing programs and take place in clinical practice (Lukewich et al., 2015). As its importance is understood, studies are being conducted to assess information about and competence in patient safety perceived by students (Attree, Cooke, & Wakefield, 2008; Madigosky, Headrick, Nelson, Cox, & Anderson, 2006; Steven et al., 2014). To ensure that high levels of patient safety are achieved and remain at that level; the strategies to be undertaken are continually designed, tested and implemented in clinical settings where unpredictable and uncontrollable factors can affect patient care (DeBourgh, 2012; Steven et al., 2014)

In our study, it was seen that students felt confident in their communication with patients and other health service providers. A similar study also demonstrated that nursing students felt confident in communicating effectively for patient safety (Usher et al., 2017). Our study is consistent with previous literature that reported that hesitation in reporting errors or unexpected events constituted a risk for patient safety (E. S. Castel et al., 2015). Effective education and training strategies are needed, including steps to ensure that nurses can safely make their notifications when necessary, in order to achieve significant improvements in patient safety and to provide an environment where patients will not be harmed (Fagan et al., 2016). Our study provides evidence that nursing students should have educational opportunities to improve patient safety skills. It is important for nursing students in the training process to develop their confidence and competence to increase the safety of the patient and to communicate with other health care workers in unexpected situations, in order to minimize the chances of patient harm, especially in difficult situations, as nurses have a critical role in increasing the safety of the patient. The degree of confidence that students have in learning about patient safety can be used to understand in detail the extent and completeness of the concept of patient safety in educational programs because of the ongoing increase in patient safety in nursing education programs. While presence of patient safety is supported in training programs, at the same time it should be checked whether it has the required quality.

REFERENCES

Alper, E., Rosenberg, E. I., O'brien, K. E., Fischer, M., & Durning, S. J. (2009). Patient safety education at US and Canadian medical schools: results from the 2006 Clerkship Directors in Internal Medicine survey. Academic Medicine, 84(12), 1672-1676.

Attree, M., Cooke, H., & Wakefield, A. (2008). Patient safety in an English pre-registration nursing curriculum. Nurse Education in Practice, 8(4), 239-248.

Berta, W., Laporte, A., Perreira, T., Ginsburg, L., Dass, A. R., Deber, R., . . . Lum, J. (2018). Relationships between work outcomes, work attitudes and work environments of health support workers in Ontario long-term care and home and community care settings. Human resources for health, 16(1), 15.

Burke, R. (2013). Encouraging voice: Why it matters. Deward Elger, Cheltenham.

Castel, E., & Ginsburg, L. (2008). Patient safety in health professional education: Development of a questionnaire to assess student learning. Report to the Canadian Patient Safety Institute.

Castel, E. S., Ginsburg, L. R., Zaheer, S., & Tamim, H. (2015). Understanding nurses' and physicians' fear of repercussions for reporting errors: clinician characteristics, organization demographics, or leadership factors? BMC health services research, 15(1), 326.

Cronenwett, L., Sherwood, G., Barnsteiner, J., Disch, J., Johnson, J., Mitchell, P., . . . Warren, J. (2007). Quality and safety education for nurses. Nursing outlook, 55(3), 122-131.

Cronenwett, L., Sherwood, G., Pohl, J., Barnsteiner, J., Moore, S., Sullivan, D. T., . . . Warren, J. (2009). Quality and safety education for advanced nursing practice. Nursing outlook, 57(6), 338-348.

Curtis, K. (2014). Learning the requirements for compassionate practice: student vulnerability and courage. Nursing Ethics, 21(2), 210-223.

Dankoski, M. E., Bickel, J., & Gusic, M. E. (2014). Discussing the undiscussable with the powerful: why and how faculty must learn to counteract organizational silence. Academic Medicine, 89(12), 1610-1613.

DeBourgh, G. A. (2012). Synergy for patient safety and quality: academic and service partnerships to promote effective nurse education and clinical practice. Journal of Professional Nursing, 28(1), 48-61.

Dekker, S. W., & Breakey, H. (2016). 'Just culture:'improving safety by achieving substantive, procedural and restorative justice. Safety science, 85, 187-193.

Doyle, P., VanDenKerkhof, E. G., Edge, D. S., Ginsburg, L., & Goldstein, D. H. (2015). Self-reported patient safety competence among Canadian medical students and postgraduate trainees: a cross-sectional survey. BMJ Qual Saf, 24(2), 135-141.

Duhn, L., Karp, S., Oni, O., Edge, D., Ginsburg, L., & VanDenKerkhof, E. (2012). Perspectives on patient safety among undergraduate nursing students. Journal of Nursing Education, 51(9), 526-531.

Fagan, A., Parker, V., & Jackson, D. (2016). A concept analysis of undergraduate nursing students speaking up for patient safety in the patient care environment. Journal of advanced nursing, 72(10), 2346-2357.

Frank, J., & Brien, S. (2008). On Behalf of the Safety Competencies Steering Committee. The Safety Competencies: Enhancing Patient Safety across the Health Professions. Ottawa, ON: Canadian Patient Safety Institute.

Frank, J. R. (2005). The CanMEDS 2005 physician competency framework. http://rcpsc. medical. org/canmeds/CanMEDS2005/CanMEDS2005_e. pdf.

Ginsburg, L., Castel, E., Tregunno, D., & Norton, P. G. (2012). The H-PEPSS: an instrument to measure health professionals' perceptions of patient safety competence at entry into practice. BMJ Qual Saf, 21(8), 676-684.

Ginsburg, L. R., Tregunno, D., & Norton, P. G. (2012). Self-reported patient safety competence among new graduates in medicine, nursing and pharmacy. BMJ Qual Saf, bmjqs-2012-001308.

Hutchinson, M., & Jackson, D. (2014). Troubling fragments and small stories: an analysis of public commentary on nursing through a web blog. Collegian, 21(2), 81-88.

Jackson, D., Hutchinson, M., Everett, B., Mannix, J., Peters, K., Weaver, R., & Salamonson, Y. (2011). Struggling for legitimacy: Nursing students' stories of organisational aggression, resilience and resistance. Nursing Inquiry, 18(2), 102-110.

Kane, J. M. (2010). Patient safety education: overreported and still lacking. Academic Medicine, 85(9), 1397-1398.

Levett-Jones, T., & Lathlean, J. (2009). 'Don't rock the boat': Nursing students' experiences of conformity and compliance. Nurse education today, 29(3), 342-349.

Lindquist, R., Tracy, M. F., & Snyder, M. (2018). Complementary & alternative therapies in nursing: Springer Publishing Company.

Lockwood, A., & Roberts, A. (2007). The anatomy demonstrator of the future: An examination of the role of the medically-qualified anatomy demonstrator in the context of tomorrow's doctors and modernizing medical careers. Clinical anatomy, 20(4), 455-459.

Lukewich, J., Edge, D. S., Tranmer, J., Raymond, J., Miron, J., Ginsburg, L., & VanDenKerkhof, E. (2015). Undergraduate baccalaureate nursing students' self-reported confidence in learning about patient safety in the classroom and clinical settings: An annual cross-sectional study (2010–2013). International journal of nursing studies, 52(5), 930-938.

Lukewich, J., Edge, D. S., VanDenKerkhof, E., Williamson, T., & Tranmer, J. (2016). Association between registered nurse staffing and management outcomes of patients with type 2 diabetes within primary care: a cross-sectional linkage study. CMAJ open, 4(2), E264.

Madigosky, W. S., Headrick, L. A., Nelson, K., Cox, K. R., & Anderson, T. (2006). Changing and sustaining medical students' knowledge, skills, and attitudes about patient safety and medical fallibility. Academic Medicine, 81(1), 94-101.

Mannix, J., Wilkes, L., & Daly, J. (2013). Attributes of clinical leadership in contemporary nursing: an integrative review. Contemporary Nurse, 45(1), 10-21.

Mansour, M. (2013). Examining patient safety education in pre-registration nursing curriculum: Qualitative study. Journal of Nursing Education and Practice, 3(12), 157.

Mohanna, K., & Chambers, R. (2018). Risk matters in healthcare: communicating, explaining and managing risk: CRC Press.

Murray, M., Sundin, D., & Cope, V. (2018). ''New graduate registered nurses' knowledge of patient safety and practice: A literature review''. Journal of clinical nursing, 27(1-2), 31-47.

Noble, L. M., Scott-Smith, W., O'Neill, B., & Salisbury, H. (2018). Consensus statement on an updated core communication curriculum for UK undergraduate medical education. Patient education and counseling.

Nursing, A. A. o. C. o. (2006). Hallmarks of Quality and Patient Safety: Recommended Baccalaureate Competencies and Curricular Guidelines to Assure High Quality and Safe Patient Care Retrieved January 22, 2009 from http://www. aacn. nche. edu/publications/pdf. Qual&PatientSafety. pdf.

O'Leary, D., & Leape, L. (2012). Teaching physicians to provide safe patient care. Patient Safety Handbook. 2nd ed. US: Jones and Bartlett Learning, 425-451.

Robson, W., Clark, D., Pinnock, D., White, N., & Baxendale, B. (2013). Teaching patient safety and human factors in undergraduate nursing curricula in England: a pilot survey. British Journal of Nursing, 22(17), 1001-1005.

Sahay, A., Hutchinson, M., & East, L. (2015). Exploring the influence of workplace supports and relationships on safe medication practice: A pilot study of Australian graduate nurses. Nurse education today, 35(5), e21-e26.

Stevanin, S., Bressan, V., Bulfone, G., Zanini, A., Dante, A., & Palese, A. (2015). Knowledge and competence with patient safety as perceived by nursing students: The findings of a cross-sectional study. Nurse education today, 35(8), 926-934.

Steven, A., Magnusson, C., Smith, P., & Pearson, P. H. (2014). Patient safety in nursing education: contexts, tensions and feeling safe to learn. Nurse education today, 34(2), 277-284.

Stomski, N., Gluyas, H., Andrus, P., Williams, A., Hopkins, M., Walters, J., . . . Morrison, P. (2018). The influence of situation awareness training on nurses' confidence about patient safety skills: A prospective cohort study. Nurse education today, 63, 24-28.

Tregunno, D., Ginsburg, L., Clarke, B., & Norton, P. (2014). Integrating patient safety into health professionals' curricula: a qualitative study of medical, nursing and pharmacy faculty perspectives. BMJ Qual Saf, 23(3), 257-264.

Usher, K., Woods, C., Parmenter, G., Hutchinson, M., Mannix, J., Power, T., . . . Siegloff, L. (2017). Self-reported confidence in patient safety knowledge among Australian undergraduate nursing students: A multi-site cross-sectional survey study. International journal of nursing studies, 71, 89-96.

VanDenKerkhof, E., Sears, N., Edge, D. S., Tregunno, D., & Ginsburg, L. (2017). Patient safety in practical nurses' education: A cross-sectional survey of newly registered practical nurses in Canada. Nurse education today, 51, 48-56.

Walton, M. M., Shaw, T., Barnet, S., & Ross, J. (2006). Developing a national patient safety education framework for Australia. BMJ Quality & Safety, 15(6), 437-442.

Weatherford, B. H., & Viveiros, J. A. (2015). senior Nursing students' Perspectives on safety competencies: An end-of-Program outcome evaluation. Nursing Education Perspectives, 36(3), 182-184.

Wong, B. M., Etchells, E. E., Kuper, A., Levinson, W., & Shojania, K. G. (2010). Teaching quality improvement and patient safety to trainees: a systematic review. Academic Medicine, 85(9), 1425-1439.

Balıkesir İli İvrindi İlçesinde Süt Sığırcılığı İşletmelerinin Sermaye Yapılarının İncelenmesi

Prof. Dr. Halil KIZILASLAN[1] **Serkan Birsin[2]**

[1]Gaziosmanpaşa Üniversitesi / Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, halil.kizilaslan@gop.edu.tr.

[2]Gaziosmanpaşa Üniversitesi / Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Doktora Programı, sbirsin18@hotmail.com.

Özet: Bu araştırma Balıkesir ili İvrindi ilçesinde süt sığırcılığı yapan işletmelerin sosyo-ekonomik analizini kapsamaktadır. Çalışmada kullanılan veriler Balıkesir İli İvrindi İlçesinde süt üretimi yapan işletmelerden elde edilmiştir. Araştırmada kullanılacak verilerin belirlenmesi için inceleme alanında yer alan işletmelerin popülasyonu belirlenmiş ve daha sonra eldeki olanakların maddeten ve zaman açısından daha etkin bir şekilde kullanılabilmesi için örnekleme yöntemine gidilmiştir. Neyman Yöntemi kullanılarak evrenden kaç örnek çekileceği tespit edilmiştir. Bu yöntemle 104 işletmenin örnekleme hacmini oluşturacağı belirlenmiştir. Daha sonra popülasyonun homojen olmamasının belirlenmesi nedeniyle işletmelerin sahip oldukları inek sayısının frekans dağılımına göre üç gruba ayrılarak homojenlik sağlanmıştır. Araştırmada kullanılan veriler 104 işletmeden anket yöntemi ile elde edilmiştir. Veriler 2017-2018 yılı üretim dönemine ait bulunmaktadır. Yapılan ekonomik ve teknik analizler hem işletme büyüklük grupları hem de tüm işletmeler ortalaması için ayrı ayrı değerlendirilmiştir. İşletmelerin nüfus-işgücü durumları, sermaye yapıları ve net, işletme, döner kapital oranları incelenmiştir. İncelenen işletmelerin sermaye yapıları; bilanço işlemine esas olacak şekilde sermayenin fonksiyonlarına göre sınıflandırılmıştır. İnceleme sonucunda işletmelerin sahip oldukları varlıkların, kısa, orta ve uzun vade borçlarını ödemeye yeterli olduğu ve ödemede güçlükle karşılaşmayacakları belirlenmiştir. Nüfus-işgücü açısından ise incelenen işletmelerde hayvan sayısı arttıkça işletmede kullanılabilir işgücü mevcudunun da arttığı ifade edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Süt, İşletme, Sermaye, Kapital Oran

1. GİRİŞ

Süt, insan beslenmesinde ilk sıralarda gelen bir gıdadır. Hatta insanın dünyaya gediği andan itibaren ilk tattığı besindir. Bu nedenle insanoğlu için önemi büyüktür. Bu önemine istinaden sosyal ve ticari alanda da önemli bir yere sahip olmuştur. FAO'ya (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü) göre üretim değeri en yüksek tarımsal ürün süttür. Süt ve süt ürünleri sektörü Türkiye ve Güney Marmara Bölgesi ekonomisindeki yeri ve ülke tarımının temel bileşeni olma özelliğiyle başat bir sektördür. Türkiye'de 2017 yılında 18.762.318 ton süt üretimi gerçekleşirken bunun 650.369 tonu Balıkesir İlinde üretilmiştir. Bu ülke üretiminin yaklaşık %3,5'una tekabül etmektedir (TÜİK, 2018). Yine TÜİK verilerine göre süt üretiminde yıllar bazında Balıkesir İli İzmir ve Konya İllerinden sonra üçüncü sırada gelmektedir (Kavakoğlu vd, 2015:3). Bu açıdan Balıkesir İli süt üretimi, hem Türkiye hem de Balıkesir İlinin sosyal ve ekonomik yapısı için oldukça önemlidir. Balıkesir İli süt üretimine önemli katkı sağlayan yerlerden biri de İvrindi İlçesidir. Yaklaşık 40.000 kişinin yaşadığı İvrindi İlçesinde Tarım ve Orman Bakanlığı sistemine kayıtlı 2.904 süt üreten işletme bulunmaktadır (Anonim, 2017). Bu duruma bakılarak ilçede yaşayan nüfusun büyük çoğunluğunun süt üretimi sektörünün içinde olduğu söylenebilir. Yapılan bu çalışmayla İvrindi İlçesindeki süt işletmelerinin sermaye yapılarının incelenmesi ile hem Balıkesir İlindeki hem de Türkiye'de süt üretiminin rantabl bir şekilde yapıldığı Güney Marmara Bölgesi'ndeki süt üreten işletmelerin yapısının ortaya konulmasına bir kaynak sağlayabilir.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışmanın ana materyalini; araştırma bölgesi olarak seçilen Balıkesir İli İvrindi İlçesinde süt sığırcılığı yapan tarım işletmelerinden anket yoluyla toplanan orijinal nitelikli veriler oluşturmuştur. Ayrıca çalışmada; TÜİK ile Tarım ve Ormancılık Bakanlığı istatistiksel verileri ve konuyla alakalı benzer çalışmaların sonuçları ikincil kaynaklar olarak kullanılmıştır.

2.1.Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntem

İncelenen işletmeler nüfus; yaş grupları ve cinsiyet durumları itibariyle değerlendirilmiştir. Nüfus miktarının belirlenmesinde, işletmeci ailesiyle birlikte yaşayan fert sayısı dikkate alınmış ve bunların cinsiyet ve yaş gruplarına göre dağılımı ortaya konulmuştur.

Aile işgücü potansiyeli erkek işgücü birimi cinsinden hesaplanmıştır. Bu amaçla, işletmelerin çeşitli yaş ve cinsiyetteki nüfusu bölgede fiilen çalışabilir gün sayısı ile çarpılmış ve bu değerden sürekli hastalık, askerlik ve eğitim gibi fiilen çalışmanın mümkün olmadığı günler çıkarılmıştır (Aras ve Çakır, 1975). Elde edilen rakamlar aşağıdaki katsayılarla çarpılarak Erkek İşgücü Birimine (EİB) çevrilmiştir (Tablo1).

Tablo 1: Erkek İşgücü Birimi'ne Çevirmede Kullanılan Katsayılar

Yaş Grupları	Katsayılar	
	Erkek	Kadın
0 – 6	---	---
7 – 14	0,50	0,50
15 – 49	1,00	1,00
50 – 64	0,75	0,75
65 – +	---	---

Kaynak: Ali Aras, 1988: 75.

Erkek İşgücü Birimi, ergin (15–49 yaş arası) bir erkek işçinin günde ortalama 10 saat, yılda 300 gün çalışması ile ortaya koyduğu işgücüdür (Aras, 1988). Öğrenim çağındaki nüfusun yılda 90 gün çalışabileceği varsayılmıştır (Karkacıer, 1991).

İncelenen işletmelerde kullanılabilir işgücü miktarından, işletme içinde kullanılan aile işgücü miktarı ile işletme dışında çalışan aile işgücü miktarı çıkarılarak atıl aile işgücü saptanmıştır. Yabancı işgücü ise; sürekli ve süreksiz olarak çalıştırılan yabancı işçilerin yaş ve cinsiyeti ile çalıştırıldığı gün sayısı dikkate alınarak hesaplama yapılmıştır (Sayılı, 2001).

Balıkesir İli İvrindi İlçesinde Tarım ve Orman Bakanlığı verilerine göre 2 904 süt üreten işletme bulunmaktadır. Eldeki olanakların maddeten ve zaman açısından daha etkin bir şekilde kullanılabilmesi için örnekleme yöntemine gidilmiştir. Örnekleme çalışmasını yapmak için öncelikle örnekleme popülasyonunun homojen olup olmadığı tespit edilmiştir. Bunun için 2.904 işletmenin sahip oldukları süt sığırı sayıları dikkate alınarak bir tablo oluşturulmuş ve bu tablo üzerinden örnekleme çerçevesinin değişkenlik katsayısı hesaplanmıştır. Değişkenlik katsayısının hesabında aşağıdaki formül kullanılmıştır (Sayılı, 2001).

C.V. (Değişkenlik Katsayısı) = (S/ $\bar{x}$)*100
Formülde;
S = verilerin standart sapması
$\bar{x}$ = verilerin aritmetik ortalamasını göstermektedir.

Elde edilen veriler ışığında örnekleme çerçevesine ait değişkenlik katsayısı %116 olarak bulunmuştur. Değişkenlik katsayısının %75'ten yüksek bulunması ve dolayısıyla popülasyonun heterojen olması nedeniyle popülasyonu homojen duruma getirmek için (Sayılı, 2001) süt işletmelerinin tabakalara ayrılarak incelenmesi gerektiğine karar verilmiş ve frekans dağılım grafiği de dikkate alınarak süt işletmeleri 3 tabakaya ayrılmıştır. Bu tabakaların değişkenlik katsayısı sırasıyla % 62, % 32 ve % 40 bulunmuş ve her tabakanın normale yaklaşabilen dağılımı sağlanmıştır. Evrenden kaç adet örnek çekileceği hususunda Neyman Yöntemi kullanılmıştır. Örnek hacmi belirlenirken %90 güven sınırı ve ortalamadan %5 (t=1,96) sapma ile çalışılmıştır. Örnek hacminin belirlenmesinde aşağıdaki formül kullanılmıştır:

Neyman Formülü;

$$n = \frac{\sum \left(N_h S_h \right)^2}{N^2 D^2 + \sum N_h S_h^2} \qquad D = \frac{d}{Z}$$

Formülde;
N = Evrendeki işletme sayısı,
N_h = h'ıncı tabakadaki işletme sayısı,
S_h = h'ıncı tabakanın standart sapması,
n = Örnek işletme sayısı (örnek hacmi),
Z = Belirlenen hata oranına göre standart normal dağılım,
d = $\bar{X}$ için kabul edilen hata payını ifade eder.

Neyman yöntemi kullanılmak suretiyle toplam örnek hacmi 104 olarak tespit edilmiştir. Her tabakadan örneğe çıkan işletme sayısı belirlenirken ise Tabaka Varyansına Göre Paylaştırma Yöntemi kullanılmıştır. Bunun için aşağıdaki formülden yararlanılmıştır (Karagölge ve Peker, 2001:1).

$$n = \frac{NhxSh}{\sum(NhxSh)} \times n$$

Tablo 2: Populasyonu Oluşturan İşletmelerin Tabakalara Dağılımı ve Tabakaların Örneğe Seçilen İşletme Sayısı

Tabaka No	Tabaka Sınırı	Sınıf Orta Noktası	$\bar{x}$	Tabakadaki İşletme Sayısı (N_h)	Standart Sapma (S_h)	Nh*Sh	Nh*(Sh)^2	Örnek Hacmi
I	1 – 9	5,00	3,89	1.992,00	2,42	4.880,4	11.956,00	47
II	10 – 30	20,00	16,4	791,00	5,35	4.255,58	22.895,00	41
III	31 - +	-	43,5	121,00	17,87	1.573,00	20.449,00	16
Toplam	-	-	-	2.904,00	-	10.709,00	55.301,00	104

Bu formülden yararlanılarak belirlenen her tabakaya ait örnek büyüklüğü Tablo 1'de gösterilmiştir. Her tabakadan örneğe çıkan işletme sayısı belirlendikten sonra, hangi işletmelere anket uygulanacağının tespitinde *Basit Tesadüfi Sayılar Tablosu* kullanılmıştır.

2.2. Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntem

Süt sığırcılığı yapan ve incelemeye alınan işletmeler 1–9 baş (1. grup), 10–30 baş (2. grup) ve 31-99 baş (3. grup) olmak üzere 3 büyüklük grubuna ayrıldıktan sonra daha önceden hazırlanmış olan anket döküm tablolarına aktarılmış ve gerekli analizler yapılmıştır. Yapılan ekonomik ve teknik analizler hem işletme büyüklük grupları hem de tüm işletmeler ortalaması için ayrı ayrı değerlendirilmiştir. İşletmelerin sermaye yapıları ele alınmak sureti ile ekonomik analiz oluşturulmuştur. İncelenen işletmelerin sermaye yapıları; bilanço işlemine esas olacak şekilde sermayenin fonksiyonlarına göre sınıflandırılmıştır (Karkacıer, 1991). Sermaye gruplarında bazı varlıklar için gerekli yıpranma payı oranları, makineler için %5, bina varlıklarında ise ahşap yapıdakiler için %4, beton yapıdakiler için %2 ve yarı beton yapıdakiler için ise %3 olarak alınmıştır (Karkacıer, 1991).

Besi hayvanlarının işletmede en çok bir yıl tutulmaları ve sürekli döküm kıymet artışı yaratmaları nedeniyle, sığır besi hayvanları için yıpranma payı hesaplanmamıştır (Sayılı, 2001). Üretim hayvanları ise işletmede bir yıldan fazla tutuldukları, yıpranma ve verim düşüklüğü olduğu için amortismana tabi olmaktadırlar. Bu nedenle süt sığırları için;

Amortisman Oranı = Damızlık Değer – Kasaplık Değer / Ekonomik Ömür

formülü üzerinden hesaplanmıştır (Top,2009).

Hayvan varlığının ortaya konulmasında mevcut sığırları aynı bazda incelemek için büyükbaş hayvan birimine (BBHB) çevrilmiştir (Erkuş ve ark, 1995)

Tablo 3: BBHB'ne Çevirmede Kullanılan Emsaller

HAYVAN TÜRÜ	EMSAL	HAYVAN TÜRÜ	EMSAL
Boğa (Kültür-Melez)	1,40	Manda Düvesi	1,05
Boğa (Yerli)	0,70	Top. Genç Sığırlar	0,50-0,70
Öküz (Kültür-Melez)	1,20	At (Küçük)	1,00
Öküz (Yerli)	0,60	At (Orta)	1,35
İnek (Kültür-Melez)	1,00	At (Büyük)	1,50
İnek (Yerli)	0,50	Tay (l yaş)	0,50
Buzağı (Kültür-Melez)	0,16-0,20	Tay (2 yaş)	0,75
Buzağı (Yerli)	0,12-0,15	Katır	1,00
Dana (l yaş) (Kültür-Melez)	0,50	Eşek	0,50

Dana (l yaş) (Yerli)	0,25	Koyun	0,10
Düve (2 yaş) (Kültür-Melez)	0,70	Toklu	0,08
Düve (2 yaş) (Yerli)	0,35	Kuzu	0,05
Manda Öküzü	1,80	Keçi	0,10
Manda İneği	1,50	Oğlak	0,05
Manda Buzağısı (Malak)	0,18-0,30	Tavuk	0,004
Manda Danası	0,75	Hindi	0,01

Kaynak: Erkuş ve ark, 1995:90)

İşletmelerin mali durumunu ve borç ödeme kabiliyetlerini belirlemek amacıyla aşağıda verilen rasyolar (kapital oranları) hesaplanmıştır (Aras, 1988):

- *Net Kapital Oranı (NKO):* İşletmelerin uzun dönem için borç ödeme gücünü gösterir. Bu oranın en az 1 ve 1'den büyük olması istenir. Böylece işletmelerin uzun dönemde borçlarını ödemede zorlanmayacağı kabul edilir.
NKO = [(Toplam Aktif) - (Kira ve Ortakçılıkla İşletilen Aktif Unsurların Değeri)] /
[Toplam Borçlar]

- *İşletme Kapital Oranı (İKO):* İşletmelerin orta ve kısa vade borçlarını ödeme gücünü gösterir. Oranın en az 2 ve 2'den büyük olması istenir.
İKO = [(Sabit İşletme Varlığı) + (Döner İşletme Varlığı)] / [(Kısa Vadeli Borçlar) +
(Orta Vadeli Borçlar)]

- *Döner Kapital Oranı (DKO):* İşletmelerin kısa bir sürede veya istenildiği zamanda kısa vadeli borçlarını ödeme gücü bu oran ile belirlenir. Bu oranın en az 1 ve 1'den büyük olması istenir
DKO = Döner İşletme Varlığı / Kısa Vadeli Borçlar

Hayvan varlığının ortaya konulmasında mevcut sığırları aynı bazda incelemek için büyükbaş hayvan birimine (BBHB) çevrilmiştir (Erkuş ve ark, 1995)

3. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

3.1.İncelenen İşletmelerde Nüfus-İşgücü Varlığı

İşletmelerin verimliliğinin artırılmasında işgücü kontrolü ve planlaması oldukça önemli olduğu söylenebilir. Bunun yapılabilmesi için işletmelerin işgücünün ölçülerek değerlendirilmesi gerekmektedir. İşletmelerde her yaş grubundan ve cinsiyetten işgücü kullanımı bulunduğu için işgücü potansiyelinin belirlenmesinde Erkek İşgücü Birimi (EİB) esas alınmıştır. Nüfusun EİB'ne çevrilmesinde izlenen yol araştırmanın yöntem kısmında belirtildiği gibi hesaplanmıştır.

Tablo 4: İncelenen İşletmelerde İşgücü Mevcudu ve Kullanım Durumu (Ortalama Olarak-EİB)

	İŞLETME GRUPLARI			
	1. Grup (47)	2. Grup (41)	3. Grup (16)	Genel (104)
Ailede Kullanılabilir İşgücü	662,50	777,27	819,64	740,26
İşletme Dışında Kullanılan Aile İşgücü	59,22	108,64	42,86	77,42
İşletmede Kullanılan Aile İşgücü	406,58	519,32	546,43	480,32
Kullanılmayan (Atıl) Aile İşgücü	196,70	149,32	230,36	182,51
İşletmede Kullanılan Geçici Ücretli Aile İşgücü	0,00	0,00	0,00	0,00
İşletmede Kullanılan Daimi Ücretli İşgücü	0,00	0,00	0,00	0,00
Toplam Ücretli İşgücü	0,00	0,00	0,00	0,00

İşletmelerde süt sığırcılığında çalışan nüfus, erkek işgücü cinsinden (EİB) Tablo 4'te, mevcut işgücünün oransal dağılımı ise Tablo 5'te verilmiştir. Tablo 4'e göre İşletmede Kullanılabilir İşgücü mevcudu 1. grup işletmelerde 662,50 EİB, 2. grup işletmelerde 777,27 EİB ve 3. grup işletmelerde 819,64 EİB'dir. Bu miktar

işletmeler genelinde ise 740,26 EİB'dir. Tablo 4 incelendiğinde hayvan sayısı arttıkça işletmede kullanılabilir işgücü mevcudunun da arttığı görülmektedir.

Tablo 5: İncelenen İşletmelerde İşgücü Mevcudu ve Kullanım Durumu (Oransal Olarak-%)

	İŞLETME GRUPLARI			
	1. Grup (47)	2. Grup (41)	3. Grup (16)	Genel (104)
Ailede Kullanılabilir İşgücü	100,00	100,00	100,00	100,00
İşletme Dışında Kullanılan Aile İşgücü	8,94	13,98	5,23	10,46
İşletmede Kullanılan Aile İşgücü	61,37	66,81	66,67	64,89
Kullanılmayan (Atıl) Aile İşgücü	29,69	19,21	28,10	24,66
İşletmede Kullanılan Geçici Ücretli İşgücü	0,00	0,00	0,00	0,00
İşletmede Kullanılan Daimi Ücretli İşgücü	0,00	0,00	0,00	0,00
Toplam Ücretli İşgücü	0,00	0,00	0,00	0,00

İşletme dışında kullanılan aile işgücü miktarı, işletmeler genel ortalamasında ailede kullanılabilir işgücünün %10,46'sını, kullanılmayan atıl aile işgücü ise %24,66'sını oluşturmaktadır (Tablo 5).

İşletmede kullanılan toplam işgücünün tamamını aile işgücü oluşturmaktadır. İşletmelerde daimi ve geçici ücretli işgücü bulunmamaktadır. 3. grup işletmelerde hayvan sayısı ve dolayısıyla gelir seviyesi fazla olduğu için işletme dışı kullanılan aile işgücü sayısı en az bu tabakada yer almaktadır. Bununla beraber işletmede kullanılan en fazla aile işgücü ise 2.grupta bulunmaktadır. İşletmede kullanılan aile işgücü, ailede kullanılabilir işgücüne göre işletme büyüklük grupları itibariyle en düşük 1. grupta yer almaktadır. Bunun nedeni ise hayvan sayısının düşük olmasından dolayı işgücü verimliliğinin düşüklüğü olduğu söylenebilir.

3.2. İncelenen İşletmelerde Sermaye Miktarı ve Bileşimi

Sermayeyi değişik şekillerde sınıflandırmak mümkündür. Tarımda sermayenin sınıflandırılmasında en fazla sermayenin fonksiyonlarına göre sınıflandırılması şekli kullanılmaktadır (Karacan, 1991). Çalışmada sermaye yapısının belirlenmesinde, sermayenin fonksiyonlarına göre sınıflandırılması esas alınmıştır.

Ayrıca teknik birime düşen sermaye unsurlarının belirlenmesinde kullanılan işletme başına düşen arazi büyüklüğü ve BBHB değerleri Tablo 6'da düzenlenmiştir.

Tablo 6: İşletme Başına Düşen Arazi Büyüklüğü (da) ve BBHB Değerleri

	1.Grup (47)	2.Grup (41)	3.Grup (16)	Genel (104)
İşletme Başına Arazi Büyüklüğü (da)	47,05	62,45	134,86	69,61
BBHB İşletme Başına	5,7	17,21	44,29	17,65

3.2.1. Aktif Sermaye ve Dağılımı

İncelenen işletmelerde aktif sermaye; arazi varlığı (sabit varlık), sabit işletme varlığı ve döner işletme varlığından oluşmaktadır. İncelenen işletmelerde, işletme başına düşen aktif sermaye miktarı ve oransal olarak dağılımı Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7'de aktif sermayenin oransal dağılımı incelendiğinde ise; her üç grupta da işletmeler ortalamasında aktif toplamın büyük bir bölümünü arazi sermayesi oluşturmaktadır. Arazi sermayesinin aktif içindeki oranı genel ortalamada %66,09 düzeyindedir. Yine arazi sermayesinin oranı en yüksek 1.grupta iken en düşük 3.gruptadır.

Toprak sermayesi her üç grupta da aktif sermaye içerisinde ağırlıklı bir yer almaktadır. Bu oran işletmeler genel ortalamasında %44,20 olup, bunu sırasıyla % 21,8 ile bina varlığı, %17,52 ile damızlık hayvan varlığı ve %7,86 ile alet-makine varlığı izlemektedir. Toprak sermayesinin en fazla orana sahip olduğu grup 1.gruptur.

Bina sermayesi oransal olarak en fazla 1.grupta yer alırken en az 3.grupta yer almaktadır. Damızlık hayvan sermayesi ise bina sermayesinin tam tersi yönde oransal olarak en fazla 3.grupta yer alırken en az 1.grupta bulunmaktadır.

İncelenen işletmelerde işletme sermayesinin aktif sermaye içerisindeki oranı işletmeler ortalamasında %33,91'dir. Arazi sermayesinin tersine işletme sermayesi oranı en fazla 3.grupta iken en az 1.grupta bulunmaktadır.

Bu oranlar dikkate alınarak gruplar kendi aralarında incelendiğinde işletmedeki hayvan sayısı arttıkça işletmelerin yıllık üretimi artırmaya dönük olarak sermayesini yönlendirdiği söylenebilir.

İncelenen işletmeler genelinde aktif sermaye içerisinde toprak sermayesinden sonra en fazla bina ve damızlık hayvan sermayesinin olduğu Tablo 7'de görülebilir. Bu durumda İvrindi ilçesindeki işletmelerin sermayelerini, işletme içerisindeki hayvancılık üretim kolunu geliştirmekte değerlendirdikleri söylenebilir. Süt işletmelerinin büyüklüğünün artmasıyla beraber genel olarak birime düşen masrafların azalması ve gelirin artması, İvrindi ilçesindeki üreticilerin bu davranışlarının nedeni olduğu söylenebilir.

İşletme arazisi başına düşen aktif sermaye oranları incelendiğinde ise; bu miktarın en fazla 2.grupta olduğu ve en az 1.grupta olduğu görülebilir. Gruplar ortalamasında miktar olarak en fazla aktif sermayeye sahip 3.grubun ise işletme arazisi başına düşen aktif sermaye miktarında ortada olduğu görülebilir. Buradan yola çıkılarak İvrindi İlçesinde süt sığırcılığı işletmelerinde belli bir hayvan sayısına kadar arazi varlığının büyütülmeye çalışıldığı belli bir hayvan sayısına ulaşıldıktan sonra ise sermayenin daha çok hayvan sayısını artırmaya yönelik kullanıldığı söylenebilir.

BBHB başına düşen aktif sermaye oranı incelendiğinde ise; hayvan sayısı en az olan 1.grupta bu miktarın en fazla olduğu görülürken hayvan sayısı arttıkça son gruba doğru bu miktarın düştüğü görülebilir. Bu durumun işletmedeki hayvan sayısına bağlı olarak düşmesi gayet normaldir.

Tablo 7: İncelenen İşletmelerde İşletme Başına Düşen Aktif Sermaye (TL) ve Oransal Dağılımı (%)

			İŞLETME GRUPLARI							
			1.Grup (47)	%	2.Grup (41)	%	3.Grup (16)	%	Genel (104)	%
Arazi Sermayesi	Toprak Sermayesi		141.135,00	52,02	187.354,54	40,23	40.4571,42	43,99	208.840,91	44,20
	Arazi Islahı Sermayesi		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Bina Sermayesi		70.278,00	25,90	109.560,60	23,53	160.122,86	17,41	103.448,83	21,89
	Bitki Sermayesi		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Tarla Demirbaşı Sermayesi		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	TOPLAM		211.413	77,93	296.915,14	63,76	564.694,28	61,40	312.289,73	66,09
İşletme Sermayesi	Sabit İşletme Sermayesi	Alet-Makine Sermayesi	19.148,84	7,06	46.086,52	9,90	54.557,14	5,93	37.131,43	7,86
		Damızlık Hayvan Sermayesi	27.916,66	10,29	81.321,22	17,46	203.707,14	22,15	82.766,23	17,52
	Döner İşletme Sermayesi	Besi Hayvanı Sermayesi	9.773,34	3,60	23.000,00	4,94	64.285,72	6,99	25.353,25	5,37
		Malzeme ve Mühimmat Sermayesi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		Para Sermayesi	3.040,00	1,12	18.363,64	3,94	32.442,86	3,53	14.953,25	3,16
	TOPLAM		59.878.84	22,07	168.771,38	36,24	354.992,86	38,60	160.204,17	33,91
AKTİF SERMAYE TOPLAMI			271.291,84	100,00	465.686,52	100,00	919.687,14	100,00	472.493,90	100,00
İşletme Arazisi Dekarına Düşen Aktif Sermaye (TL/da)			5.772,17		7.511,07		6.812,50		6.787,73	
BBHB Düşen Aktif Sermaye (TL/BBHB)			47.595,06		27.059,07		20.765,12		26.770,19	

3.2.2. Pasif Sermaye ve Dağılımı

Pasif Sermaye, yabancı sermaye ve öz sermayeden oluşmaktadır. İşletmelerin borçları yabancı sermayeyi oluşturmaktadır. İncelenen süt sığırcılığı işletmelerinde borçlar kısa (işletme kredileri), orta ve uzun vadeli olmak üzere üç kısımda incelenmiş olup işletmelerin tamamında uzun vadeli borçlara rastlanılmamıştır.

Öz sermaye, aktif sermaye ile işletmenin borçları arasındaki farktır. İşletmelerin öz sermaye ile çalışmaları oldukça önemli olmasına karşın çoğu kez sadece bu varlıkla işletme faaliyetlerinin verimli olarak yürütülmesi yeterli olmamaktadır. Sermaye yetersizliği halinde işletmeciler genellikle yabancı kaynaklardan en uygun olanını seçerek kullanmak durumunda kalabilmektedirler. Tablo 8'de pasif sermaye miktar ve oranları görülmektedir. İncelenen süt sığırcılığı işletmelerinde pasif sermayenin işletmeler ortalamasında %70,34'ünü öz varlıklar oluşturmaktadır. 1 BBHB'ne düşen özsermaye miktarı işletmeler genel ortalamasında 18.828,86 TL bulunmuştur.

Tablo 8: İncelenen İşletmelerde İşletme Başına Düşen Pasif Sermaye (TL) ve Oransal Dağılımı (%)

		İŞLETME GRUPLARI							
		1.Grup (47)	%	2.Grup (41)	%	3.Grup (16)	%	Genel (104)	%
Gerçek Borçlar	Kısa Vadeli Borçlar	11.300,00	4,17	28.900,00	6,21	67.800,00	7,37	29.115,58	6,16
	Orta Vadeli Borçlar	8.840,00	3,26	19.640,00	4,22	41.150,00	4,47	19.343,12	4,09
	Uzun Vadeli Borçlar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOPLAM		20.140,00	7,42	48.540,00	10,42	108.950,00	11,85	48.458,70	10,26
İtibari Borçlar	Kiralanana Arazi Değeri	32.450,00	11,96	58.325,00	12,52	95.750,00	10,41	55.048,38	11,65
	Ortağa Tutulan Arazi Değeri	24.881,00	9,17	33.500,00	7,19	69.335,00	7,54	36.657,40	7,76
	Kiralanan Bina Değeri	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOPLAM		57.331,00	21,13	91.825,00	19,72	165.085,00	17,95	91.705,78	19,41
Borç Toplamı		77.471,00	28,56	140.365,00	30,14	274.035,00	29,80	140.164,48	29,66
ÖzSermaye		193.820,84	71,44	325.321,52	69,86	645.652,14	70,20	33.2329,42	70,34
Pasif Toplamı		271.291,84	100,00	465.686,52	100,00	919.687,14	100,00	47.2493,90	100,00
BBHB Düşen Özsermaye		34.003,66		18.903,05		14.577,83		18.828,86	
Dekara Düşen Özsermaye		4.123,848		5.247,121		4.782,608		4.774,162	

3.2.3. Kapital Oranları

İnceleme alanında yer alan işletmelerin sahip oldukları varlıkların, borçlarını ödemeye yeterli olup olmadığının anlaşılması, işletmelerin yeteri kadar kar elde edip etmediklerinin belirlenmesi ve nakit akımlarının değerlendirilmesi amacıyla bu bölümde, işletmelerin kapital oranları hesaplanmış ve Tablo 9'da gösterilmiştir.

Araştırmada kapital oranlarını hesaplayabilmek için bilânçodan yararlanılmıştır. Yapılan analizlerde işletmeler genel ortalaması döner kapital oranı %1,38 bulunmuştur. Gruplara bakıldığında da tamamının 1'in üzerinde olduğu bulunmuştur. Bu orana bakılarak incelenen işletmelerin kısa vadeli borçlarını ödeyebilme gücünün olduğu söylenebilir.

Genel olarak işletmelerde işletme kapital oranının en az 2'den büyük olması beklenir. Bu oran işletmeler genel ortalamasında 3,31 olarak bulunmuştur. Gruplara bakıldığında da tamamının 2'nin üzerinde olduğu bulunmuştur. Bu orana bakılarak incelenen işletmelerin kısa ve orta vadeli borçlarını ödeyebilmede sıkıntı yaşamayacak güce sahip oldukları söylenebilir.

Net kapital oranına bakıldığında ise işletmeler gruplarının tamamının ve genel ortalamasının 1'den büyük olması istenir. Bu oran; incelenen işletmeler genel ortalamasında 2,72 dir. Bu açıdan tüm işletme gruplarının ve genelinin uzun vadeli borçlarını ödemede sıkıntı yaşamayacağı söylenebilir.

Genel olarak ise İvrindi ilçesinde incelenen işletmelerde kapital oranlarının ekonomik olarak istenen seviyelerin üstünde olması nedeniyle, işletmelerin kısa, orta ve uzun vadeli borçlarını ödemede güçlükle karşılaşmayacakları tespitinde bulunulabilir.

Tablo 9: İncelenen İşletmelerde Kapital Oranları

	1.Grup (47)	2.Grup (41)	3.Grup (16)	Genel (104)
Net Kapital Oranı	2,76	2,66	2,75	2,72
İşletme Kapital Oranı	2,97	3,48	3,26	3,31
Döner Kapital Oranı	1,13	1,43	1,43	1,38

4. SONUÇ

Balıkesir ili İvrindi ilçesinde faaliyet gösteren 104 adet süt sığırcılığı işletmelerinin 2017–2018 cari üretim dönemi verilerini kapsayan bu araştırmada, süt sığırcılığı faaliyetini yürüten işletmelerin ekonomik yapıları ortaya konulmuştur. Ulaşılan önemli bulguları şu şekilde özetlemek mümkündür:

Balıkesir İli İvrindi İlçesi süt sığırcılığının yoğun olarak ve diğer bölgelere göre rantabl olarak yapıldığı bir bölgede yer almaktadır. Yapılan bu çalışmayla İvrindi İlçesinin de içinde bulunduğu bölgedeki işletmelerin sermaye yönünden özelliklerini gösterdiği söylenebilir. Nitekim İvrindi İlçesinde süt üreten işletmelerin sermaye yönünden verimli çalıştıkları, kısa ve orta vadeli borçlarını ödeyebildikleri bu çalışma sonuçlarına göre söylemek mümkündür.

İşletmelerin aktif sermayesinin %44,20'sini toprak sermayesi oluşturmakla beraber hayvan sermayesinin oranı (besi dâhil) %22,89 oranlarında kalmıştır. Pasif sermayenin %70,34'ü öz sermayeden oluşmaktadır. Bu nedenle de borçlanma oranı düşük, kapital oranları ise yüksek bulunmuştur. Ayrıca özsermaye oranının yüksek olması işletmelerin büyümeden çok mevcudu koruma eğiliminde olduklarını gösterdiği ifade edilebilir.

Nüfus-işgücü açısından ise incelenen işletmelerde hayvan sayısı arttıkça işletmede kullanılabilir işgücü mevcudunun da arttığı ve aile dışına işgücü transferinin azaldığı ifade edilebilir.

Bu çalışmanın sonuçlarına göre; bölgedeki işletmelerden hayvan sayıları düşük olanların hayvan sayılarını artırmaya ve genel olarak ise işletmelerini büyütmeye yönelik destek verilmesi önerisinin yapılmasının faydalı olacağı söylenebilir.

5. KAYNAKLAR

Anonim, 2017. İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü Kayıtları, Balıkesir.

Aras, A. ve Çakır, C., 1975. Gediz Sulama Projesi Kapsamına Giren Tarım İşletmelerinin Ekonomik Etüdü. Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, No: 211, İzmir.

Aras, A., 1988. Tarım Muhasebesi Ders Kitabı. Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, No:486, Ege Üniversitesi Basımevi, s. 75, İzmir.

Erkuş, A., Bülbül, M., Kıral, T., Açıl, F. ve Demirci, R., 1995. Tarım Ekonomisi. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Eğitim, Araştırma ve Geliştirme Vakfı Yayınları, No: 5, Ankara.

Karagölge ve Peker, 2001. Tarım Ekonomisi Araştırmalarında Tabakalı Örnekleme Yönteminin Kullanılması. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi. 33 (3), 313-316, 2002, Erzurum.

Karkacıer, O., 1991. Tokat Turhal Sığır Besiciliği İşletmelerinin Ekonomik Analizi. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir.

Kavakoğlu, H., Okur, Y. ve Kaya, E., 2015. Süt Üretimi Üzerine Sektör Analizi. Ankara Ticaret Borsası, Rapor No:5, Ankara

Sayılı, M., 2001. Amasya İli Suluova İlçesinde Sığır Besiciliği Yapan İşletmelerin Ekonomik Analizi Üzerine Bir Araştırma. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Tokat.

Top, T., 2009. Türkiye'de Muhasebe Standartlarına Göre Canlı Varlıkların Değerlemesi; Büyükbaş Hayvanlar Üzerine Bir Uygulama. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.

TUİK 2018. https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=85&locale=tr. (05.09.2018)

Küresel Isınmaya Neden Olan Bazı Faktörlerin Uzun Dönem Etkilerinin İncelenmesi: ARDL Yaklaşımı (Türkiye Değerlendirmesi)*

Dr. Öğr. Üyesi Hasan Gökhan DOĞAN[1] **Dr. Öğr. Üyesi Bekir AYYILDIZ[2]**

Dr. Öğr. Üyesi. Güngör KARAKAŞ[3]

[1] Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü. hg.dogan@ahievran.edu.tr

[2]Yozgat Bozok Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü. bekir.ayyildiz@gop.edu.tr

[3]Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü. gungorkarakas@gmail.com

Özet: Küresel ısınma ve iklim değişikliğinin gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomileri üzerinde önemli etkileri vardır. Bunun başlıca nedeni atmosferdeki sera gazı emisyonlarıdır. Gerekli emisyon azaltma ve uyum tedbirleri alınmazsa, bu gibi ekonomik etkilerin büyük boyutlara ulaşması kaçınılmaz olacaktır. Bu araştırmada, CO2 emisyonlarına katkıda bulunan tarımsal alanlar, tarımsal katma değer, GDP ve nüfusun Türkiye açısından uzun dönem etkileri tartışılmıştır. Araştırmada ADF birim kök testi ve ARDL gibi ekonometrik modeller kullanılmıştır. Buna göre, uzun dönemde tarım arazilerindeki % 1'lik artış CO2 seviyesini % 1.83 azaltırken, tarımsal katma değerin % 1 artması CO2 seviyesini% 0,07 arttırmaktadır. GDP 'deki% 1'lik artış CO2 seviyesini % 0,04 düşürürken, nüfustaki % 1 artış CO2 seviyesini % 1,98 artırmaktadır. Değerlendirme sonucunda, CO2 düzeyinde en etkili parametrenin nüfus olduğu söylenebilir. Çevresel üretim sistemlerinin belirli politikalar dahilinde üreticilere uyarlanması ve toplumun çevre duyarlılığı ve koruyucu yaklaşımlar konusunda bilinçlendirilmesi önemli görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sera gazı salınımı, Tarım Sektörü, GDP, Nüfus, ARDL, Türkiye.

Examining of Long Term Effects of Some Factors Causing to Global Warming: An ARDL Approach (Turkey Evidence)

Abstract: Global warming and climate change have important implications on the economies of developed and developing countries. The main cause of this is greenhouse gas emissions in the atmosphere. If necessary emission reduction and adaptation measures are not taken, it will be inevitable that such economic effects will reach large dimensions. In this research, agricultural areas, agricultural value added, GDP and population that contribute to CO2 emissions, the long-term effects within the scope of Turkey are discussed. In the research, econometric models were used such as ADF unit root test, ARDL and VECM. Accordingly, in the long run, the 1% increase in agricultural land will decrease CO2 level by 1.83%, the 1% increase in agricultural value increases CO2 level by 0.07%, the 1% increase in GDP decreases CO2 level by 0.04% and the 1% increase CO2 level by 1.98%. According to the results of VECM, the adjustment speed was determined as 1.32. That is, 1.32% of short - term deviations will be disappear every year. Moreover, the bi-directional causality relationship between CO2 level and population was found to be significant at 10%. As a result of the evaluation, it can be said that the most effective parameter on the level of CO2 is the population. It is important that environmental production systems be adopted to producers within certain policies and that the society be conscious about environmental sensitivity and protective approaches

Keywords: Greenhouse Gases, Agricultural Sector, GDP, Population, ARDL, Turkey.

1. GİRİŞ

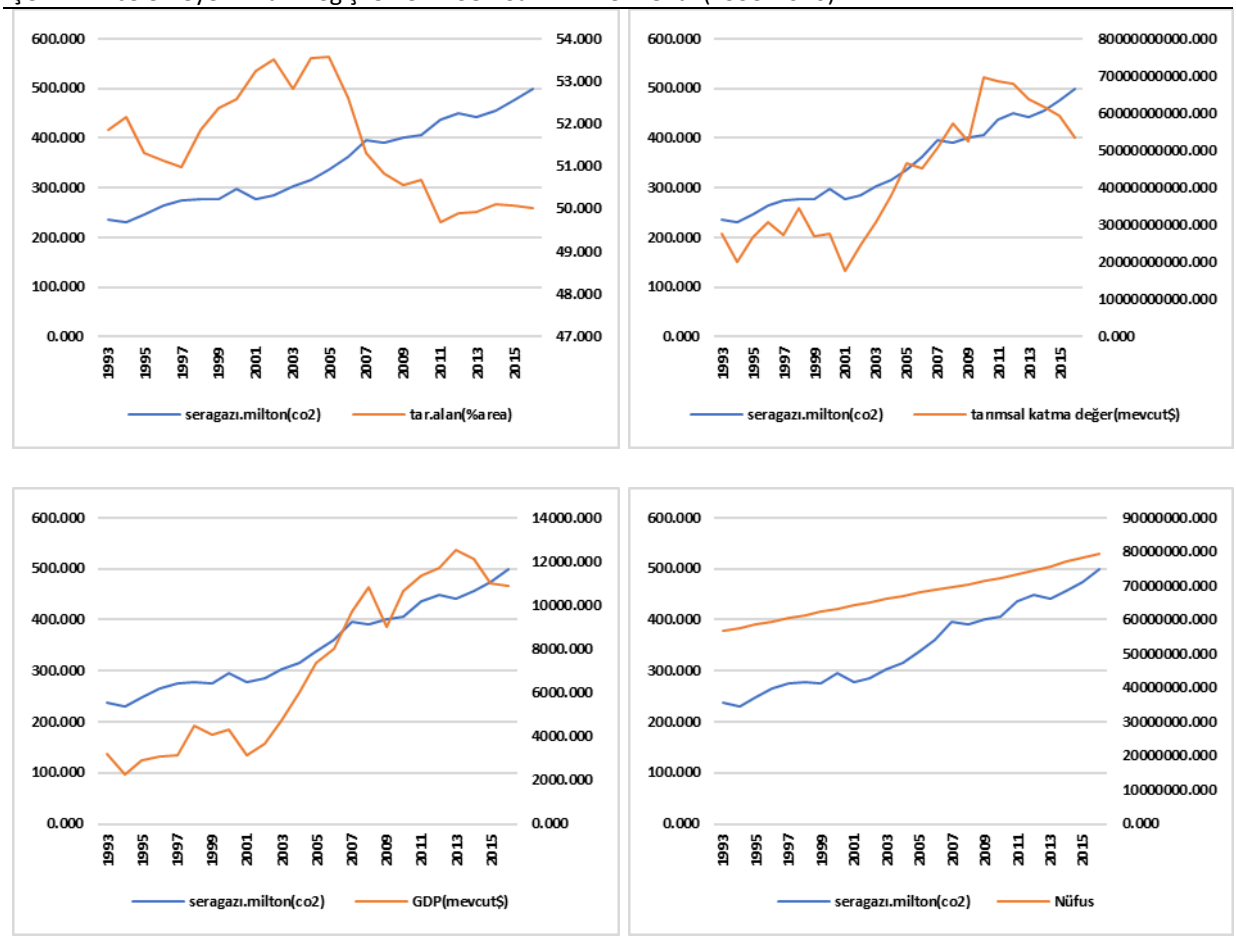
Ekonomik kalkınma, verimlilik ve etkinlik arttırmak amacıyla enerji talebine olan ilgiyi arttırmaktadır. Söz konusu enerji talebi günümüz koşullarında büyük ölçüde fosil yakıtlardan karşılanmaktadır. Fosil yakıtlar ise, atmosferdeki CO2 salınımının birincil kaynağı olarak ifade edilebilir. CO2 atmosferde çeşitli şekillerde ölçülebilirken, deniz suyu yüzeyinde dahi birikebilmektedir (Meadows vd., 1990). İkinci Dünya Savaşından sonra Dünya ülkelerinin birçoğunda görülen hızlı büyüme, ekolojik denge üzerinde bir maliyet oluşturmuştur. Sonrasında, bu baskının doğuracağı risklere farkındalıklar oluşmuş, 1972 yılında Stockholm Çevre Konferansı"nda bu risklere vurgu yapılmıştır. Yapılan değerlendirmede, ekonomik gelişme, büyüme, kalkınma

* Bu Bildiri, DOĞAN, H.G. 2018. APPLIED ECOLOGY AND ENVIRONMENTAL RESEARCH. NEXUS OF AGRICULTURE, GDP, POPULATION AND CLIMATE CHANGE: CASE OF SOME EURASIAN COUNTRIES AND TURKEY. 16(5):6963-6976. çalışmanın bir bölümüdür.

ve çevre arasındaki ilişkinin olumlu bir süreç oluşturması gerektiği ileri sürülmüştür (Sarısoy ve Yıldız, 2013). Günümüzde, bu durum artık kontrol edilmesi neredeyse güç bir noktaya gelmiş ve küresel iklim değişikliği tartışmaları büyümüştür. Atmosferdeki sere gazlarının salınımın azaltılması gerektiği kabul görmektedir (Barrett, 1999). 1987 yılında imzalanan Montreal Protokolü, bu çerçevede imzalanan ilk uluslar arası anlaşmadır. Söz konusu anlaşmaya 165 ülke dahil olmuştur. Sera gazı salınımın azaltımasına yönelik bu anlaşmanın birincil hedefi, küresel ısınma ve iklim değişikliği konularında bütüncül bir yaklaşım içerisinde olmaktır. Devam eden süreçte, . 1988 yılında Hükümetler arası Ġklim Değişiklikleri Paneli (IPCC) gerçekleştirilmiş ve bir rapor oluşturulmuştur. Rapora göre, iklim değişikliği konusunda uygulanması gereken esaslar belirlenmiş ve 1990 yılı itibariyle atmosferdeki gazların %60 oranında düşürülmesi gerektiği ifade edilmiştir. Başta OECD ülkeleri olmak üzere, farklı farklı ülkeler kendilerine özgü hedefler belirleyerek bu hedeflerini deklare etmişlerdir. 1997 yılına gelindiğinde ise, Kyoto Protokolü olarak adlandırılan "Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi" imzalanmıştır. Bu protokolün odak noktası ise, 1990 yılında toplam CO2 salınımının %55' ini gerçekleştiren 55 ülkenin bu çerçevede onay vermesi gerekli görülmüştür (Barrett, 1999). Gro Harlem Brundtland'ın 1987 tarihli "Ortak Geleceğimiz" başlıklı raporunda sürdürülebilir büyüme kavramsal olarak açıklanmıştır. Buna göre, "Bugünün ihtiyaçlarını, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama kabiliyetini riske atmadan karşılamaktır" (Brundtland vd., 1987). İklim değişikliği ve küresel ısınma olgusu ile büyüme ve gelişme arasındaki çelişki, denge sağlanması gerekliliğini ortaya koyan önemli bir husustur. Bu nedenledir ki, ülkeler nezdinde bir problem olarak boyutlanabilmektedir. Artan çevresel riskler ve tehditler, araştırmacıları bu yönlü çalışmalara itmiştir. Bu araştırmada da, küresel ısınma ve iklim değişikliğine neden olan CO2 salınımı Türkiye özelinde bazı parametrelerle incelenmeye alınmıştır. Söz konusu parametreler, tarımsal alanların toplam alan içerisindeki payı, tarımsal katma değer, GDP ve nüfus olarak belirlenmiştir.

Türkiye' de, 1993-2106 yılları arası tarımsal katma değer, tarımsal alanların toplam alan içerisindeki payı, nüfus ve GDP' nin CO2 salınımı ile birlikte trendi Şekil 1' de verilmiştir.

Şekil 1. İncelemeye Alınan Değişkenlerin CO2 Salınımı ile Trendi (1993-2016)



Kaynak: TUİK, 2018

Şekil 1, Türkiye' de CO2 salınımı ile tarım alanlarının payı, tarımsal katma değer, nüfus ve GDP arasındaki interaksiyonu ifade etmektedir. Buna göre, değişkenler incelenen süre kapsamında simultane hareket ettikleri söylenebilir. Bu noktada sadece tarımsal alanların payı ayrı tutulabilir. Çünkü, tarım alanlarının payı 2005 yılından sonra azalışa geçmiştir. Fakat, CO2 düzeyi artış trendini devam ettirmektedir. Tarım alanlarındaki azalmayı, Türkiye' deki tarım arazilerinin amaç dışı kullanımından kaynaklı olmasına bağlamak mümkündür.

2. MATERYAL YÖNTEM

Araştırmada, 1993-2016 yılları arası Türkiye' nin CO2 salınımına etki eden bazı faktörler incelenmiştir. Söz konusu faktörler, tarımsal alanların toplam alan içerisindeki payı, tarımsal katma değer, GDP ve nüfus olarak belirlenmiştir. Yapılan ekonometrik modellemelerde zaman serisi analizinden yararlanılmıştır.

Değişkenlere ait semboller ve veri kaynakları Tablo 1' de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmada Kullanılan Değişkenlere Ait Semboller ve Veri Kaynakları

Değişkenin Adı	Sembolü	Birimi	Veri Kaynağı
CO_2	Θ	Milyon ton petrol eşdeğeri	Worldbank, Turkstat
Tarımsal alanların toplam alan içerisindeki payı	χ	%	Worldbank
Tarımsal katma değer	σ	Nominal US$	Worldbank
GDP per capita	λ	Nominal US$	Worldbank
Nüfus	δ	Adet Kişi	Worldbank

Araştırmada, modellerde kullanılan değişkenler için tam logaritmik form tercih edilmiştir. CO2 düzeyi ile diğer değişkenler arasındaki fonksiyonel ilişki şu şekilde ifade edilebilir.

$$\ln \Theta = f(\ln \chi, \ln \sigma, \ln \lambda, \ln \delta) \quad (1)$$

Türkiye' de uzun dönemde sera gazı etkisine neden olan faktörler aşağıdaki ekonometrik modeller yardımıyla çözümlenmiştir;

-Birim Kök Testi (ADF)
- Autoregressive Distributed Lag Bound Test (ARDL)

Birim Kök Testi (ADF)

Birim, kök testi ile serilerin durağanlık araştırmaları yapılmaktadır. Durağanlık sınamaları sahte regresyon problemiyle karşılaşmamak amacıyla yapılmaktadır. Birim kök testinin yapılması gerekliliği, literatürde birçok çalışmada ortaya koyulmuştur. Bu çalışmalar; (Maddala & Shaowen , 1999; Kao & Chiang, 2000; Hadri, 2000; Choi, 2001; Levin, Lin, & Chu, 2002; Im, Pesaran, & Shin, 2003). Birim kök testinin birçok türü bulunmaktadır. Ancak temelde birim kök testleri ADF prensibine dayanmaktadır. Bu araştırmada da, ADF birim kök testinden yararlanılmıştır. ADF test istatistiğine ilişkin notasyon aşağıdaki gibi ifade edilebilir;

$$\Delta X_t = \beta_0 + \beta_1 t + \beta_i X_{t-1} + \sum_{j=1}^{n} \theta_i \Delta X_{t-j} + e_t \quad (2)$$

Eşitlik 2' de, β0; sabit terimi, t; deterministik trendi, n; gecikme uzunluğunu ve e_t; stokastik terimi ifade etmektedir. ADF test istatistiği sonuçları MacKinnon kritik değeri yardımıyla karşılaştırılmaktadır. %1, %5 , %10 önem düzeyine göre kabul/red edilerek serinin durağanlığına karar verilmektedir (MacKinnon, 1996).

Autoregressive Distributed Lag (ARDL)

Literatürde sıklıkla eşbütünleşme testlerinde hata terimine dayalı Engle-Granger (1987) , sistem yaklaşımına dayalı Johansen (1988) ve Johansen & Jesilius (1990) modelleri kullanılmaktadır (Altıntaş ,2013). Ancak bu yöntemlerin geçerli olabilmesi için, değişkenlerin tamamının I(0) düzeyinde durağan olmayıp I(1) düzeyinde durağan olması gerekmektedir (Peseran et. al., 2001). Aynı seviyede durağan olmayan seriler ile eş bütünleşme testi yapılabilmesine ise ARDL sınır testi yaklaşımı olanak vermektedir (Peseran and Shin, 1995; Peseran et. al., 2001). ARDL yaklaşımın avantajı değişkenlerin bütünleşme derecelerini dikkate almadan eş bütünleşme sınamasının yapılabilmesidir. Yöntemde temel olarak dikkat edilmesi gereken 3 önemli nokta bulunmaktadır. I-sınır testi prosedürü kolaydır ve Johansen and Juselius (1990) gibi çok değişkenli eş bütünleşme yöntemlerinin

aksine, gecikme uzunlukları belirlendikten sonra eş bütünleşme ilişkisi sınaması yapılabilmektedir. II- sınır testi prosedürü Johansen and Juselius (1990) eş bütünleşme tekniklerinden farklı olarak, birim kök testi modeline dahil edilen değişkenlerin ön testlerinin yapılmasını gerektirmemektedir. Sınır testi, modeldeki serilerin I(2) düzeyinde olmasının haricinde, I(0) ve I(1) veya hepsinin karşılıklı aynı düzeyde eş bütünleşik olup olmadığına bakılmaksızın uygulanabilmektedir. III- sınır testi küçük veya sınırlı örnek kümeleri için oldukça etkindir.

Bu çalışmaya intibak ettirilmiş, 4 bağımsız değişkene ait sınır testi modelleri ve kısıtlanmamış hata düzeltme modelinin OLS yöntemi ile tahmin edilmesine dayanan notasyonlar Eşitlik (3), (4), (5), (6), (7) de ifade edilmiştir;

$$\Delta\ln\Theta = \beta_0 + \sum_{i=1}^{m}\beta_{1i}\Delta\ln\Theta_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{2i}\,\Delta\ln\chi_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{3i}\,\Delta\ln\sigma_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{4i}\,\Delta\ln\lambda_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{5i}\,\Delta\ln\delta_{t-i} + \mathrm{a1}\ln\Theta_{t-1}\ \mathrm{a2}\ln\chi_{t-1} + \mathrm{a3}\ln\sigma_{t-1} + \mathrm{a4}\ln\lambda_{t-1} + \mathrm{a5}\ln\delta_{t-1} + u_t \quad (3)$$

$$\Delta\ln\chi = V_0 + \sum_{i=1}^{m}\beta_{1i}\,\Delta\ln\chi_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{2i}\Delta\ln\Theta_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{3i}\,\Delta\ln\sigma_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{4i}\,\Delta\ln\lambda_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{5i}\,\Delta\ln\delta_{t-i} + \mathrm{a1}\ln\Theta_{t-1}\ \mathrm{a2}\ln\chi_{t-1} + \mathrm{a3}\ln\sigma_{t-1} + \mathrm{a4}\ln\lambda_{t-1} + \mathrm{a5}\ln\delta_{t-1} + u_t \quad (4)$$

$$\Delta\ln\sigma = K_0 + \sum_{i=1}^{m}\beta_{1i}\,\Delta\ln\sigma_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{2i}\Delta\ln\Theta_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{3i}\,\Delta\ln\chi_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{4i}\,\Delta\ln\lambda_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{5i}\,\Delta\ln\delta_{t-i} + \mathrm{a1}\ln\Theta_{t-1}\ \mathrm{a2}\ln\chi_{t-1} + \mathrm{a3}\ln\sigma_{t-1} + \mathrm{a4}\ln\lambda_{t-1} + \mathrm{a5}\ln\delta_{t-1} + u_t \quad (5)$$

$$\Delta\ln\lambda = \mathrm{Z}_0 + \sum_{i=1}^{m}\beta_{1i}\,\Delta\ln\lambda_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{2i}\,\Delta\ln\chi_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{3i}\,\Delta\ln\sigma_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{4i}\,\Delta\ln\Theta_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{5i}\,\Delta\ln\delta_{t-i} + \mathrm{a1}\ln\Theta_{t-1}\ \mathrm{a2}\ln\chi_{t-1} + \mathrm{a3}\ln\sigma_{t-1} + \mathrm{a4}\ln\lambda_{t-1} + \mathrm{a5}\ln\delta_{t-1} + u_t \quad (6)$$

$$\Delta\ln\delta = \mathrm{Q}_0 + \sum_{i=1}^{m}\beta_{1i}\Delta\ln\delta_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{2i}\,\Delta\ln\chi_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{3i}\,\Delta\ln\sigma_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{4i}\,\Delta\ln\lambda_{t-i} + \sum_{i=0}^{m}\beta_{5i}\,\Delta\ln\Theta_{t-i} + \mathrm{a1}\ln\Theta_{t-1}\ \mathrm{a2}\ln\chi_{t-1} + \mathrm{a3}\ln\sigma_{t-1} + \mathrm{a4}\ln\lambda_{t-1} + \mathrm{a5}\ln\delta_{t-1} + u_t \quad (7)$$

Eşitlik, (3), (4), (5), (6), ve (7)' deki Δ fark işlemcisini, m gecikme uzunluğunu ifade etmektedir. Gecikme uzunluğunun belirlenmesi için AIC, SC, FPE ve HQ gibi bilgi kriterlerinden yararlanılmaktadır. Burada en küçük kritik değeri sağlayan gecikme uzunluğu modelin gecikme uzunluğu olarak belirlenmektedir. Otokorelasyonsuz modele ulaşana kadar birinci en küçük değer, ikinci en küçük değer…vb olarak bir sonraki gecikme değerine geçilerek işleme devam edilir. Değişkenlerin bir gecikmeli düzey değerlerinin anlamlılığı test edilerek değişkenler arasında uzun dönem eş bütünleşmenin olup olmadığı F-testi kullanılarak belirlenmektedir. 3-4-5-6-7 nolu denklemlerde değişkenler arasında eş bütünleşmenin olmadığını ifade eden H_0 hipotezi: H_0: a1= a2= a3= a4= a5, eş bütünleşmenin varlığından bahseden alternatif hipotez ise H_1: a1≠a2≠ a3≠ a4≠a5 biçiminde oluşturulmaktadır.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmada, incelemeye alınan değişkenlerde birim kökün varlığı araştırılmıştır. Birim kök testi sonuçları, İncelenen değişkenlere ilişkin birim kök testi sonuçları Tablo 1' de verilmiştir.

Tablo 1. Birim Kök Testi

	Intercept		**Intercept and Trend**	
	Level	1st Dif.	Level	1st Dif.
CO2	-0.58	-3.60*	-2.25	-3.50***
Taralan	-0.71	-3.75*	-1.37	-3.68**
Tarkat	-1.15	6.08*	-2.32	-5.99*
GDP	-0.82	-5.72*	-2.27	-5.78*
Nüfus	1.68	-3.17**	-5.21*	-3.47***

Birim kök testi sonuçları incelendiğinde, Intercept' e göre, tüm değişkenler I(0) düzeyinde durağan değildir. I(1) düzeyinde ise, tamamı durağandır. Intercept ve Trend' e göre I(0) düzeyinde nüfus durağan, diğer değişkenler durağan değilken, I(1) düzeyinde tüm değişkenler durağandır.

Birim kök testi sonuçlarına göre ARDL testinin uygulanabilirliği görülmüştür. Oluşturulan ARDL modelinden elde edilmiş uzun dönem katsayılar sonuçları Tablo 2' de verilmiştir.

Tablo 2. ARDL Modeli Uzun Dönem Katsayılar

Dependent Variable: CO2 **ARDL (2,2,2,2,2)**		
	Long Run Coefficient	
	Coefficient	**t-stat**
Taralan	-1.83	-111.15*
Tarkat	0.07	23.02**
GDP	-0.04	-10.74***
Nüfus	1.98	181.50*

(ARDL maximum lags were specified as automatic selection). *,**, *** mean that significant respectively at 1% 5% and 10%

ARDL modeli uzun dönem katsayıları değerlendirildiğinde incelemeye alınan değişkenler istatistiksel olarak önemli görülmüştür. Tarımsal alanların toplam tarım alanları içerisindeki payı %1 arttıkça, CO2 düzeyinde %1,83 oranında azalış ortaya çıktığı belirlenmiştir. Bu durumu, son yıllarda Türkiye' de azalan tarım alanlarının büyüklüğü ile açıklamak mümkündür. Şekil 1' de inceleneceği üzere 2005 yılından sonra toplam alan içerisinde tarım alanlarının payı azalmıştır. Ancak, araştırmaya dahil edilmeyen bir argüman olarak değerlendirilebilecek orman alanlarının varlığı, bu konuda etkili olabilir. İlgili yıllar arasında, orman alanları Türkiye' de %11 düzeyinde artmıştır. Ortaya çıkan ilişkinin kantitatif olarak negatif yönlü olmasını bu temel üzerine boyutlandırmak mümkündür. Ek olarak, tarım sektörünün çevresel iyileşmeye olan katkısıyla bu durum açıklanabilir (Khasman et al., 2016) Aynı durum GDP değişkeninde de görülmüştür. Bir büyüme parametresi olarak ifade edilen GDP, Türkiye' de son yıllarda oldukça artış trendinde boyutlanmıştır. Araştırma sonucuna göre, Elde edilen sonuca göre, GDP' deki %1' lik artış CO2 düzeyinde % 0,04 oranında bir azalışa neden olmaktadır. Bu ters ilişkiyi, Çevresel Kuznets Eğrisi (Kuznets, 1955), eğrinin tepe noktasından sonra başlayan çevresel koruma/çevre bilincinin oluşması şeklinde yorumlamak mümkündür. Diğer taraftan, tarımsal katma değerdeki artış ile CO2 salınımı arasındaki ilişki, entansif tarım ve buna yönelik uygulamaların varlığı konusunda bilgi vermektedir. Yoğun girdi ve yoğun tarımsal üretim esasına dayanan entansif tarımın bilimsel olarak bir çevre maliyetinin olduğu ifade edilebilir. Nüfus parametresi ise, Türkiye koşullarında % 1' lik artış gösterdiğinde CO2 düzeyinde %1.98 artış olarak açıklanabilmektedir.

4. SONUÇ

Türkiye koşullarında da CO2 düzeyini etkileyen birincil neden nüfus olarak görünmektedir. İnceleme dönemi içerisinde, Türkiye' de nüfus artışı % 40,22 olarak gerçekleşmiştir (Worldbank,2017). Nüfustan sonra diğer etkili değişken tarımsal alanların toplam alan içerisindeki payı olarak belirlenmiştir. Tarımsal alanlar ile CO2 artışı arasında negatif yönlü bir ilişki belirlenmiştir. Türkiye' de tarımsal alanların toplam alan içerisindeki payı % 51,53 dür. Türkiye' de yoğun tarımsal faaliyetler yapılmakla birlikte incelemeye alınan dönemde tarım

arazilerinin toplam alan içerisindeki payı gittikçe azalmıştır. Topraksız tarım, çevreci üretim sistemleri ve buna yönelik politika adımları da atılmıştır. Bu durum, bütünüyle tarımın sera gazı salınımı azaltıcı yönüyle ilgilidir. Öte yandan, tarımsal katma değer bakımından Türkiye' de CO2 salınımını arttırıcı etkiler belirlenmiştir. GDP değişkeninin ise, Türkiye koşullarında CO2 salınımı ile ters yönlü bir ilişki içerisinde olduğu belirlenmiştir. Az gelişmiş ülkelerde GDP ve çevresel bozulma arasındaki ilişki pozitif yönlü ve doğrusal bir ilişki ortaya koyarken, gelişmekte olan ya da gelişmiş ülkelerde ise negatif yönlü bir ilişki görülebilmektedir. Literatürde benzer çalışmaları görmek mümkündür. Sonuç olarak, hem tarımsal faaliyetler hem de diğer faaliyetler yapılırken mutlaka çevresel riskler dikkate alınmalıdır. Büyüme, gel,şme ve kalkınma süreçleri bu hassasiyetle koordine edilmelidir. Özellikle gelişme sürecindeki ülkeler de toplum odaklı ve yönetim odaklı katkılar sağlanmalıdır. Bu konuda, gerekli yasal düzenlemeler yapılmalı ve ciddi düzeyde uygulaması ve takibi yapılmalıdır. Çünkü, yaşanılan dünya tüm insanlık için önem arz etmekte olup korunması her koşulda gereklidir.

5. KAYNAKLAR

Altıntaş, H. (2013). Türkiye'de petrol fiyatları, ihracat ve reel döviz kuru ilişkisi: ARDL sınır testi yaklaşımı ve dinamik nedensellik analizi. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 9(19), 1-30.

Barrett, S. (1999). Montreal versus Kyoto: International cooperation and the global environment.

Global Public Goods (Edited by: IngeKaul vd.). New York: Oxford University Press.

Brundtland, G. & M. Khalid & S. Agnelli & S. Al-Athel & B. Chidzero & L. Fadika & M. Singh (1987), Our Common Future, < http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf >, 19.08.2016.

Choi, I. (2001). Unit root tests for panel data. J Int Money Financ., 20, 249-272.

Hadri, K. (2000). Testing for Stationarity in Heterogeneous Panel Data. Econometric Journal, 3, 148-

Im, K., Pesaran, M., & Shin, Y. (2003). Testing for unit roots in heterogeneous panels. J Econom., 115, 53-74.

Johansen, S. (1988). Statistical analysis of cointegration vectors. Journal of Economic Dynamics and Control, 12(1), 231-54.SS.

Johansen, S. & Juselıus, K. (1990). Maximum likelihood estimation and inference on cointegration with application to the demand for money. Oxford Bulletin of Economics and Statistics, 52, 169-210.SS.

Kao, C., & Chiang, M. (2000). On the estimation and inference of a cointegrated regression in panel data. Adv Econom, 15, 179-222.

Khashman, A., Khashman, Z., & Mammadli, S., (2016). Arbitration of Turkish Agricultural Policy Impact on CO2 Emission Levels Using Neural Networks. Procedia Computer Science, Volume 102, 2016, Pages 583-587.

Kuznets, S. (1955). Economic growth and income inequality. The American economic review, 1-28.

Levin, A., Lin, C., & Chu, C. (2002). Unit root tests in panel data: asymptotic and finite sample properties. JEconom., 108, 1-24.

Maddala, G., & Shaowen , W. (1999). comparative study of unit root tests with panel data and a new simple test. Oxf Bull Econ Stat, 61, pp. 631-652.

Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., & Behrens, W. W. (1990).Ekonomik büyümenin sınırları (Çev.: Prof. Dr. Kemal Tosun vd.).Ġstanbul: ĢÇletme Ġktisadı Enstitüsü Yay. No: 112.

Pesaran, H., Y. Shin & R. J. Smith (2001). Bound testing approaches to the analysis of long run relationship. Journal of Applied Econometrics, 16(3), 289-326.

Pesaran, H. & Shin Y. (1995). An autoregressive distributed lag modelling approach to cointegration analysis. In S. Strom, A. Holly & A. Diamond (Eds.). Centennial Volume of Ranger Frisch. Cambridge University Press

Sarısoy, S., & Yıldız, F. (2013). Karbondioksit (CO2) emisyonu ve ekonomik büyüme ilişkisi: gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için panel veri analizi. Sosyal Bilimler Metinleri, 2, 1-28.

Turkstat, 2018. www.tuik.gov.tr

World Bank, (2016a). World Development Indicators: Agricultural Methane Emissions.

Müzayedelerde Fiyatı Belirleyen Faktörler: Soyut Resim

Dr. Öğr. Üyesi Hasan Selçuk Eti [1] **Öğr. Gör. Yıldırım Onur Erdiren[2]**

[1]Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi / Çorlu Meslek Yüksekokulu, Fakülte, Kooperatifçilik, hseti@nku.edu.tr

[2]Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi / Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji, yoerdiren@nku.edu.tr

Özet: Müzayede, eserlerin açık arttırmayla satıldığı yerler olarak bilinmektedir. Açık arttırma, belli bir eserin bir fiyat başlangıcı olmak üzere satılabileceği en yüksek fiyata satma işidir. Fiyat, belirli bir ürün veya hizmetin faydasını belirli bir para tutarına eşitleyen bir sayıdır. Bir diğer tanıma göre fiyat, kişilerin bir mal veya hizmete vermiş oldukları toplam değerleri gösteren bir kavramdır. Müzayedelerde açık arttırmaya çıkarılan eserler en yüksek fiyata satılmayabilir aksine zarar da edilebilir. Müzayedelerde; antika eserler, tablolar, aksesuarlar, giysiler, Osmanlı döneminden kalma eserler, halılar veya kilimler gibi çok özel parçalar açık arttırmaya çıkarılmaktadır. Özellikle, ünlü sanatçıların tabloları müzayedelerde çok ilgi görmektedir. Bu yüzden, bu ressamların eserleri diğerlerine göre daha yüksek bir fiyata açık arttırmaya çıkarılmaktadır. Günümüzde en çok tercih edilen soyut resim sanatseverler tarafından satın alınmaktadır. Dolayısıyla, soyut resme ilginin olması, ressamların ün sahibi olması, çok özel parçaların sadece belli müzayedelerde bulunması eserlerin fiyatlarını belirleyen bazı faktörlerdendir. Bu çalışmada, müzayedelerde soyut resimde tabloların fiyatlarını belirleyen faktörler örnekler verilerek incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Müzayede, Fiyat Faktörü, Soyut Resim

Abstract: The auction is known as the places where the works are sold with auction. The auction is the highest selling fiashed sale that can be sold as a price start for a particular work. Price is a number that equals the benefit of a particular product or service to a certain amount of money. According to another definition, price is a concept that shows the total value that people have given to a good or service. Artifacts auctioned at auctions may not be sold at the highest price, but may be harmful. In auctions; antique artifacts, tables, accessories, clothes, artifacts from the Ottoman period, carpets or kilims are being auctioned out. Especially, the tables of famous artists are very interested in the auctions. Therefore, the works of these painters are being promoted to a higher price auction than the others. Today's most preferred abstract painting is bought by art lovers. Therefore, the fact that it is an interest in abstract painting, the fact that painters have a reputation, and the very special pieces are found only in certain auctions are some factors that determine the prices of works. In this study, the factors that determine the prices of the tables in abstract drawings will be examined by giving examples**.**

Key Words: Auction, Price Factor, Abstract Picture.

1. GİRİŞ

Sanat eserlerinin kültür objesi olma vasfının yanı sıra bir yatırım aracı haline geldiği, sanat piyasasının finans piyasası ile yarışır ölçek kazandığı günümüz uluslararası sanat piyasasının en büyük aktörleri artarda rekor kıran satış rakamlarına ulaşan ve yıllık karları milyar dolarlarla ifade edilen müzayedelerdir. Sanat eserlerinin yer aldığı müzayedelerde değerli objeler ve ünlü sanatçıların tabloları yer almaktadır. Bunların yanı sıra, Osmanlıdan günümüze kadar çeşitli sanat eserleri de bulunmaktadır. Bu eserlerin içinde günümüzde en çok tercih edilen ünlü sanatçıların soyut tabloları yer almaktadır. Özellikle ünlü ressamlardan Devrim Erbil, Burhan Doğançay, Bedri Baykam ve Ergin İnan gibi isimlerin soyut tabloları en çok tercih edilenler arasındadır. Müzayedelerde ün yapmış ressamların soyut tabloları diğer sanatçılara göre daha çok tercih edilip satın alınmaktadır. Bu çalışmada, müzayedelerde sanatçıların yaptıkları soyut tabloları neden satın aldıkları irdelenecektir.

2. MÜZAYEDE

"Müzayede" olgusu zamanın başından beri varolagelmiştir. İlk örnekleri eski Babil'de görülen ve Roma İmparatorluğu'nda yaygın olan müzayedeler Ortaçağ'da azalsa da 17 ve 18. yüzyıllardan itibaren yeniden yaygınlaşmış ve günümüze kadar artarak sürmüştür. Tarih boyunca müzayede yöntemi ile satışa sunulan materyaller arasında sanat eserleri her zaman önemli yer tutsa da sanat eserinin başlı başına bir müzayede konusu olarak geçmişi 17. yüzyıla uzanmaktadır. Bu olguya ait en eski kayıt 21 Haziran 1693'te Lord Melford'a ait resim koleksiyonunun Whitehall'da müzayedeye çıkarıldığına dair resmi kayıtlardır. Dünyanın ilk müzayede evi ise 1674'te İsveç'te kurulan ve günümüzde Avrupa'nın önemli müzayede evlerinden biri olan "Stockholm Müzayede Evi"dir.

18. yüzyıldan itibaren Fransa ve İngiltere'de sanat eseri müzayedelerinin daha çok taverna, kahve ve restoranlar gibi halka açık yerlerde düzenlendiği görülür. Günlük olarak düzenlenen bu müzayedeleri ilgililere duyurmak için ilk kez olarak müzayede kataloglarının basılmasına da bu tarihlerde başlanmıştır. Eseri ve sanatçıyı tanıtan ve resimli olarak basılan bu kataloglar günümüzde dönemin sanatı için önemli kaynaklardır. Bu devre ait en önemli sanat müzayedeleri Oxford Dükü Edward'ın resim koleksiyonun satışa çıkarıldığı 8 Mart 1741 tarihli müzayede ve 1754'de Dr. Richard Mead'e ait tablo ve gravür koleksiyonun satışa sunulduğu Şubat 1754 tarihli müzayedelerdir. 18. yüzyılda sürekli bir savaşlar dönemi içinde bulunan Kıta Avrupa'sındaki birçok paha biçilmez eser İngiltere'ye getirilmiş ve bu durum, özellikle de Fransız Devrimi sonrasında İngiltere ve başkent Londra'nın dünya sanat piyasasının merkezi halini almasını sağlamıştır. Bu dönemde, günümüzde paha biçilmez olarak kabul edilen Da Vinci, Rembrandt gibi resim sanatının büyük dahilerine ait birçok eserin çok cüzi fiyatlarla satıldığı görülmektedir.

18 ve 19. yüzyıllar günümüzde hala ayakta olan ve bir kısmı dünya sanat piyasasını yöneten dev kuruluşlar haline gelmiş olan Dorotheum (1707), Sotheby's (1744), Christie's (1766) Bonhams (1793), Phillips de Pury (1796), Freeman's (1805) ve Lyon & Turnbull (1826) gibi birçok köklü müzayede evinin de kuruluşuna tanıklık etmiştir. Sanayi Devrimi ve İngiliz emperyalizminin yayılışı ile iyice zenginleşen burjuva sınıfının oluşumu 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yeni bir koleksiyoncu kuşağını ortaya çıkarır. Bu durum sanat eserlerinin fiyatlarının gitgide yükselmesi neticesini doğurur. Özellikle "eski ustalar"a ait resimler maddi olarak hakettiği değere ilk kez bu dönemde ulaşacaktır. Yüzyılın sonlarında özellikle Fransız ressamların eserleri müzayedelerde büyük satış rakamlarına ulaşmaya başlar. Sanat eseri ticareti ve sanat müzayedeciliği ilk kez olarak cidi ve karlı bir iş kolu olarak görülmeye başlanır. Bu dönemde sanat koleksiyonculuğunda hususileşmeye gidilmesi, yani koleksiyonerin sadece belli bir sanatçı, akım, dönem, üslup veya bölgeye ait eserleri toplamaya yönelmesi piyasayı daha da yükseltir ve başyapıtların yanı sıra daha önce gözden kaçan ancak yapılan koleksiyonun teması içinde önem kazanacak olan orta ölçekli sanatçı ve eserlerin de müzayedelerde alıcı bulmasını sağlar.

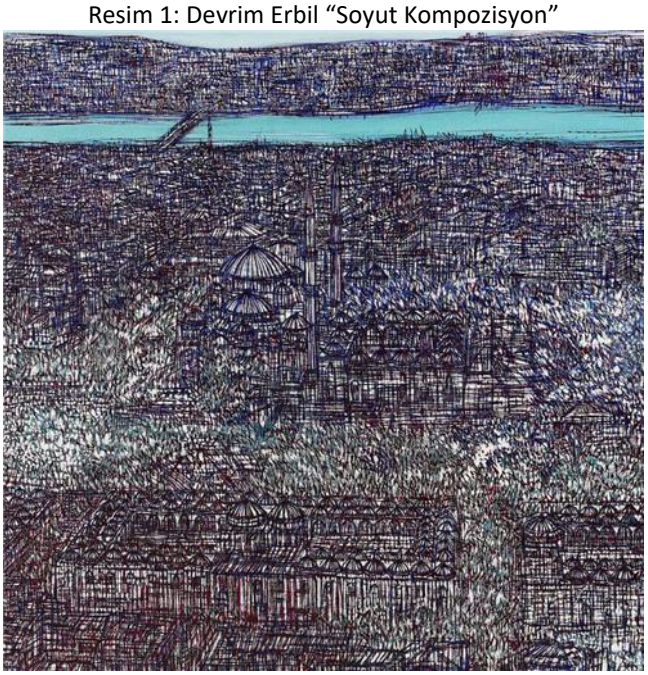
3. SOYUT RESİM

İnsanlık tarihinde çok önemli yere sahip olan resim sanatı, mağara döneminde bir iletişim aracı olarak kullanılmıştır. Konuşma yetisine henüz sahip olmayan insanoğlu duygularını ve paylaşmak istediklerini aktarma yolu olarak mağara duvarlarına figürleri yaparak ifade etmeyi tercih etmişlerdir. İlk insanlar yaşadıkları ya da barındıkları mekânlar olan mağara duvarlarına gündelik uğraşları olan avlanma sahnelerini, av hayvanlarını ve kullandıkları yöntemleri resmetmişlerdir. Bunun nedeni, yaşadıkları güçlükleri diğerleri ile paylaşmak ya da günümüzde de bazı kültürlerde görülebilen büyücülerin kullandığı gibi, büyüsel amaçlı olabilir. Hayvanları bu yolla etkileyeceklerini ve daha kolay bir şekilde avlayabileceklerini düşünmüş olabilirler. Yani, mağara resimleri ilk insanların yaptıklarını, inançlarını, korkularını yansıtan bir ifade aracı olarak değerlendirilebilir. Zaman içerisinde sanat çeşitli dönemlerde ihtiyaç ve zevkler doğrultusunda değişime uğramıştır. Dönem dönem bir belge niteliği taşırken bazen de sırf görsel zenginlik bakımından üretilmiştir. Bu süreç mağara dönemi resimleri ile başlar, Yunan- Mısır gibi uygarlıklar ile devam eder. Gotik ile Avrupa'da başlayan serüvenine, Rönesans ve Barok'un estetik kaygılarını oluşumları gözlemlenebilir. Bu dönemlerde dinin ve kilisenin baskıcı tutumundan dolayı sadece kilisenin siparişleri ile dini konuların resmedildiği gözükmektedir. Resim Sanatı için resmin türleri önemlidir. Resmin türleri, peyzaj (manzara), natürmort (cansız doğa), soyut resim, portre, figüratif resimdir. Özellikle günümüzde soyut resmin etkisi fazladır. Soyut resim geçmişten günümüze kadar süre gelen bir resim türüdür. Soyut resim, renk, şekil, leke ve geometrik şekiller ile birlikte ifade biçimidir. Bu resim türü günümüzde popüler sanat haline gelmiş fazlasıyla ilgi görmektedir. Soyut sanat artık sadece resim sanatında değil sanat objelerinde de görmekteyiz. Soyut sanatta önemli sanatçılar vardır. Burhan Doğançay, Mustafa Ata, Özdemir Altan soyut sanatın önemli isimlerindendir.

4. MÜZAYEDELERDE FİYATI BELİRLEYEN FAKTÖRLER

Müzayedelerde fiyatı belirleyen faktörler geçmişten günümüze kadar tartışılmaktadır. Çok değerli sanat eserlerinin hatta Osmanlı döneminden günümüze kadar gelen değerli sanat eserleri müzayedelerde yer almaktadır. Bu eserleri görebilmek ve satın alamabilmek için çeşitli müzayedelere katılmak gerekmektedir. Özellikle günümüzde çok popüler olan ün yapmış sanatçıların soyut tablolarını belirli müzayedelerde bulmak ve satın alabilmek mümkündür. Soyut tabloları en çok tercih edilen sanatçılar Devrim Erbil, Burhan Doğançay, Ergin İnan ve Bedri Baykamdır. Müzayedelerde bu sanatçıların soyut tablolarının pahalı olmasının nedeni ün yapmış olmaları ve ayrıcı niteliklere sahip olmalarıdır. Bu sanatçıların eserlerinden örnek vermek gerekirse;

Resim 1: Devrim Erbil “Soyut Kompozisyon”



Resim 2: Burhan Doğançay “Soyut Kompozisyon”



Resim 3: Ergin İnan "Soyut Kompozisyon"



Resim 4: Bedri Baykam "Soyut Kompozisyon"



4. SONUÇ

Sonuç olarak, bildirinin temek ekseni müzayedeler ve müzayedelerde soyut tablo eserlerin fiyatı belirleyen faktörlerin önemi belirtilmiştir. Müzayedelerde bulunan çeşitli sanat eserlerinin ve ünlü ressamların tablolarının yüksek fiyata satıldıkları ve ün yapmış ressamların tablolarının en çok satıldığı belirtilmiştir. Müzayedelerde fiyatı etkileyen en önemli faktörlerden biri döneminin ne kadar önemli olduğudur. Ayrıca, soyut eserlerin fiyatının yüksek olmasının diğer nedeni ise, ressamın ün yapmış olmasıdır. Bir diğer neden ise, o tablonun çok eski zamanlara dayalı dönemsel bir değeri olduğu bakımındandır. Bir diğer çalışmada, müzayedelerde Osmanlı döneminden kalma sanat eserlerinin fiyatları üzerine fikir sahibi olunması gerektiği kanısındayız.

KAYNAKÇA

Gombrich, E. H. (1986). Sanatın Öyküsü. Çev: Bedrettin Cömert. İstanbul: Remzi Kitabevi.
http://lebriz.com/pages/lsd.aspx?lang=TR&sectionID=0&articleID=691&bhcp=1

Taklit Unsuru Olan Tabloların Ticari Değer Olarak Pazarlanmasına Dair Bir Yaklaşım

Dr. Öğr. Üyesi Hasan Selçuk Eti[1] **Öğr. Gör. Yıldırım Onur Erdiren[2]**

[1]Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi / Çorlu Meslek Yüksekokulu, Kooperatifçilik, hseti@nku.edu.tr

[2]Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi / Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji, yoerdiren@nku.edu.tr

Özet: Taklit unsuru geçmişten günümüze kadar önemli ve sıkça tartışılan bir kavramdır. Antik Çağ'da etkili olan bu kavram filozoflar tarafından farklı görüşlere neden olmuştur. Platon, *Devlet* adlı eserinin onuncu kitabında sanatın bir taklit (*mimesis*) olduğunu yani kopyanın bir kopyası olduğunu söylemiştir. Aristoteles ise, resim sanatı, epos, tragedya, komedya, dithrambos şiiri ile flüt büyük bir kısmının taklit olduğunu belirtmiştir. O dönemlerden bu zamana taklit unsuru filozofların da değindiği üzere resim sanatı ve diğer sanat dallarının da sıkça tartışma konusu olmuştur. Bu tartışmaların asıl teması "neden taklit ediyoruz?" sorusu olmaktadır. Örneğin; sergilerde ve sanat merkezlerinde sıkça rastladığımız Osman Hamdi Bey'in "Kaplumbağa Terbiyecisi" adlı eserinin sıkça taklit edildiğini görmekteyiz. Bu eser ve diğer tanınmış sanatçıların eserleri taklit edilerek pazarlanmaktadır. Bu tür eserler genellikle sanat pazarlamasının bir sorunsalı olup, ticari bir değer olarak öne sürülmektedir. Bu çalışmada, taklit unsuru olan bu tabloların ticari bir değer olarak pazarlanmasının nedenleri irdelenecektir.
Anahtar Kelimeler: Taklit Unsuru, Tablo, Pazarlama

Abstract: Imitation is a concept that is as important and often discussed as everyday. This concept which was effective in the Antiquity caused different opinions by philosophers. Plato, in his tenth book, State, said that art is a mimesis, that is, a replica of copy. Aristotle has stated that painting art, epos, tragedy, comedy, dithrambos poetry and a large part of the flute are imitations. At that time, imitated elements of this time, as well as the philosophers of art, art and other art branches have been a frequent topic of discussion. The main theme of these discussions is the question "why do we imitate?" For example; Osman Hamdi Bey 's work "Turtle Tracer", which we frequently encountered in exhibitions and art centers, is frequently imitated. The works of this work and other well-known artists are being imitated and marketed. Such artifacts are often a problem of art marketing and are proposed as a commercial value. In this study, the reasons for marketing these imitation items as a commercial value will be examined using the interview technique.

Key Words: Imitation Element, Table, Marketing

1. GİRİŞ

Bu bildiride taklit unsuru temel eksen olarak alınmıştır. Taklit veya taklitçilik geçmişten günümüze kadar kullanılmaktadır. Özellikle ünlü ressamların eserleri sıkça taklit edilmektedir. Bu tablolar taklit edilerek ticari bir değer olarak pazarlanmaktadır. Gerek bir tablo üzerine tekrar yapılmış olması, gerekse bir obje üzerine resmedilmiş olarak pazarlanmasıdır. Ünlü ressamların eserlerinin taklit olmasına rağmen oldukça alıcısı vardır. Bu durum sanat pazarlamasının bir sorunsalıdır. Bu çalışmada, taklit unsuru olan bu eserlerin ticari bir değer olarak pazarlanmasının nedenleri yorumlanacaktır.

2. TAKLİT VE TAKLİTÇİLİK

Taklit unusuru Antikçağa dayanmaktadır. Platon, *mimesis* kuramını estetiğe ilk kazandıran filozof olmuştur. Platon *Devlet'*te (onuncu ve son kitabında) sanatı genel olarak bir taklit (*mimesis*) olarak belirler. Kısacası, sanat bir *mimesis*'tir, bir *taklit*'tir. Platon'a göre, taklidin objesi doğrudan doğruya bizi her yanımızdan saran nesneler, görünüşler dünyasıdır. Tek kelime ile *kosmos aisthetos*'tur (duyulur dünya). Platon'a göre, gerçek varlık *idea*'lar dünyasıdır. Buna göre sanatın objesi olan fenomenler, aslında gerçekliği bulunmayan bir takım kopyalardır (Tunalı, 2011: 81). Gerçek olan sadece *idea*'lardır; sanatın taklit ettiği şeyler ise, bu *idea*'ların birer benzetmesi, birer kopyasıdır. Sanatın yöneldiği obje, yani mimetik obje, aslında bir kopyadan başka bir şey olmadığına göre, sanat eseri, bir gerçeğin, bir özün varlığın değil, ama bir kopyanın kopyasıdır (Tunalı, 2011: 81). Platon'un *mimesis* görüşü resim sanatıyla uğraşan kişileri düşündürmektedir. "Resim sanatı bir taklit etkinliği midir?" sorusu ressamların sorguladıkları bir konudur. sanat eserlerini "kopya ediyor muyuz?", "hangi temaları kopya ediyoruz?", "hangi unsurları kullanıp kopya ediyoruz?", "kopya etmek doğru mudur?" gibi sorular taklit unsurunun sorugulanması gereken diğer belli başlı sorulardır. Kısacası, resim sanatında sıkça kullanılan taklit, özellikle "portre" çalışmalarında kullanılmakta olup, sanatçıların kendi özgün çalışmaları ile bu temaları resmetmeleri daha doğrudur. *Mimesis*, tam taklit anlamında kullanılıyor. Resim, müzik gibi, adlar da birer taklit anlamındaki *mimesis*, yine tamamen teknik bir deyim olarak kullanılıyor; ve olumlu bir kavram olarak düşünülüyor (Tunalı, 2011: 77). Bu teknik, olumlu bir kavram olarak hemen hemen temel bir kültür kategorisi

olarak kavranıyor. Olumlu anlayış *Devlet*'in üçüncü kitabında da bir süre devam eder. Fakat, *Devlet*'in üçüncü kitabında *mimesis*'i kullanırken, Platon, bunu, eğitimle ilgili olarak yapıyor (Tunalı, 2011: 77). Onuncu kitaptan anlamı henüz uzaktır. Buradan da alaşıldığı gibi taklit unsuru Antikçağda beri kullanılmaktadır. Özellikle taklitçilik ünlü ressamların tablolarında sıkça yapılmaktadır. Bu tabloları günümüzde çeşitli mekanlarda, sergilerde görmekteyiz.

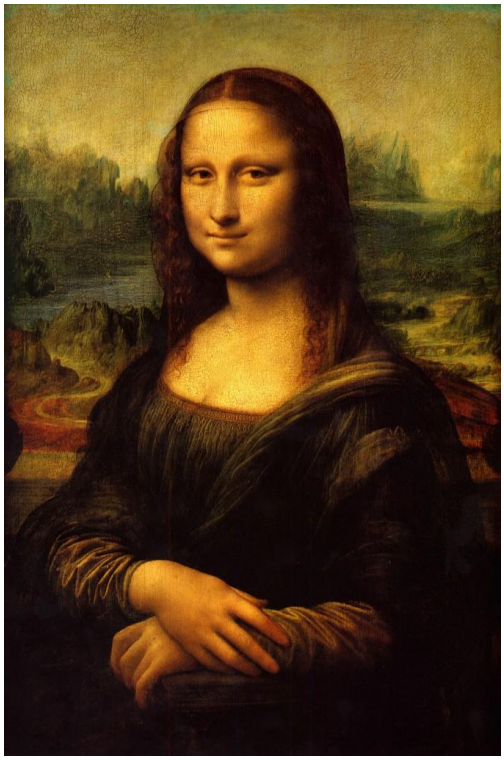
3. TAKLİT EDİLEN TABLOLAR

Geçmişten günümüze kadar resim sanatında eserler taklit edilmektedir. Gerek bir resme bakarak gerekse doğaya bakılarak taklit edilmektedir. Taklit edilen eserler genellikle ün yapmış dünyaca ünlü eserlerdir. Bu resimleri taklit unsuru olarak çeşitli sergilerde, mekanlarda veya çeşitli aksesuarların üzerinde görülmektedir. Bu aksesuarlar genellikle çantalar, kalem kutular, kalemler, kartpostallar veya diğer objelerde görmekteyiz. Özellikle, günümüzde sıkça rastlanan posterler üzerinde de resimlerin taklidini görmekteyiz. Taklidin gittikçe artmasının nedeni popüler olmuş eserlerin yada klasik haline gelmiş eserlerin görsellerini evimizin veya yaşadığımız mekanların duvarında ya da kullandığımız aksesuarlarda görmek istememizdir. Bu yüzden, taklitçilik günümüzde gittikçe artmaktadır. Taklit edilen en popüler eserlerden örnek verecek olursak; ilk olarak Osman Hamdi Bey'in meşhur "Kaplumbağa Terbiyecisi" eseridir. Daha sonra en çok rastlanan aksesuarların üzerinde de sıkça gördüğümüz ünlü Mona Lisa tablosudur. Son olarak ise, örnek verilen ünlü sanatçı Van Gogh'un "Yıldızlı Geceler" adlı çalışmasıdır.

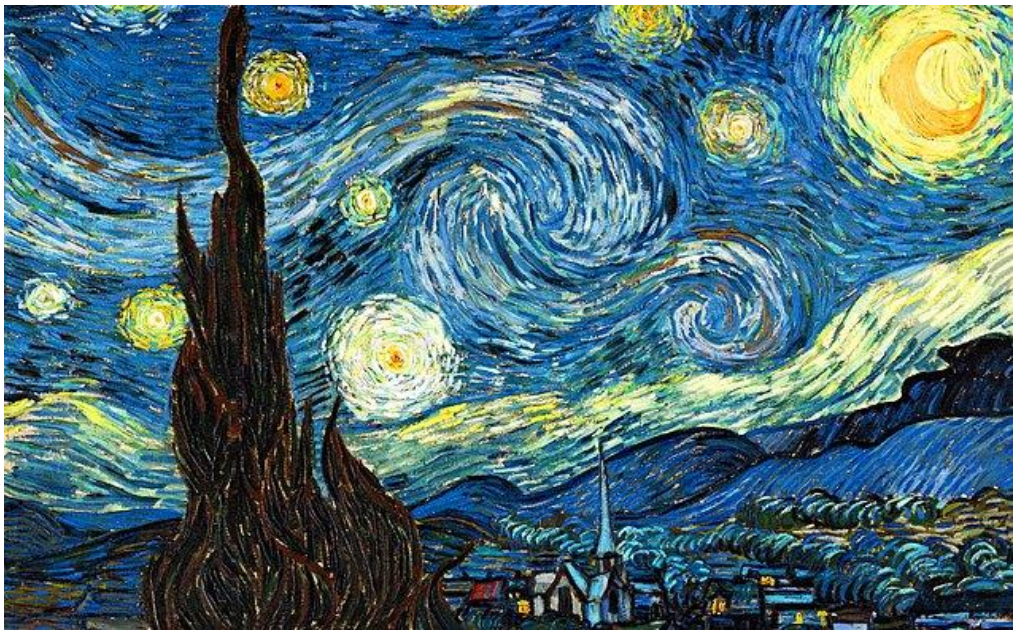
Resim 1: Osman Hamdi Bey "Kaplumbağa Terbiyecisi"



Resim 2: Leonardo Da Vinci “Mona Lisa”



Resim 3: Van Gogh “Yıldızlı Gece”



4. TAKLİT UNUSURU OLAN TABLOLARIN TİCARİ DEĞER OLARAK PAZARLANMASI

Taklit edilen tabloların ticari bir değer olarak pazarlanmasını sorunsalı geçmişten günümüze kadar tartışılmaktadır. Bu sorunsal ile ilgili çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Taklitçiliğin devam ettiği bu günlerde bu sorun günümüzde halen devam etmektedir. Çünkü, ünlü ressamların eserleri kopya edilerek çeşitli yerlerde pazarlanmaktadır. Bu duruma karşı çıkanların yanı sıra, bu duruma destek verenler de söz konusudur. Taklit unsuru olan bu tabloların ticari bir değer olarak pazarlanmasının nedenleri vardır. Bunlar; ünlü ressamların eserlerini yaşadıkları mekanlarda görmek istemeleri, kullandıkları aksesuarlarda veya objelere kopyasını görmek

istemeleridir. Bunun yanı sıra, günümüzde çeşitli müzelerin mağazalarında ünlü ressamların tablolarının görsellerinin kopyası pazarlanmaktadır. Pazarlanan bu ürünler; çantalar, kalemler, kartpostallar ve diğer çeşitli aksesuarlardır. Diğer bir durumda, Osman Hamdi Bey'in "Kaplumbağa Terbiyecisi" adlı eserinin kopyasının daha ucuza satın alması bu durumun daha çok tercih edilme sebeplerinden biridir. Bu durum da devam ettiği sürece tabloların kopyalarının pazarlanması devam edecektir.

5. SONUÇ

Sonuç olarak, bildirinin temek ekseni taklit ve taklitçilik üzerinedir. Aynı zamanda bu bildiride taklit unsuru olan tabloların ticari bir değer olarak pazarlanması belirtilmiştir. Yukarıdaki bölümde de bahsedildiği üzere taklitçiliğin arttığı günümüzde bazı sebepler söz konusudur. Bunlar; ünlü ressamların eserlerini yaşadıkları mekanlarda görmek istemeleri, kullandıkları aksesuarlarda veya objelere kopyasını görmek istemeleridir. Bunun yanı sıra, günümüzde çeşitli müzelerin mağazalarında ünlü ressamların tablolarının görsellerinin kopyası pazarlanmaktadır. Pazarlanan bu ürünler; çantalar, kalemler, kartpostallar ve diğer çeşitli aksesuarlardır. Bir diğer çalışmada, taklit unsuru olan bu tabloların nerelerde pazarlandığı konusunda fikir sahibi olunması gerektiği kanısındayız.

KAYNAKÇA

Gombrich, E. H. (1986). Sanatın Öyküsü. Çev: Bedrettin Cömert. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Tunalı, İ. (2011a). Grek Estetik'i, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Tunalı, İ. (2011b). Sanat Ontolojisi, İstanbul: İnkilap Kitabevi.

Deri ve Deri Mamülleri Sanayinde Ham Derinin Önemi

Dr. Öğr. Üyesi Hatice ER[1]

[1]Namık Kemal Üniversitesi, Çorlu Meslek Yüksekokulu, Deri Teknolojisi Bölümü, her@nku.edu.tr

Özet: Dünyadaki siyasi ve ekonomik gelişmeler, küreselleşmenin bir sonucu olarak tüm dünya ülkelerini zincirleme bir şekilde etkiliyor. Küreselleşen dünyanın giderek yoğunlaşan rekabet ortamında başarılı olabilmesi için ülke olarak rekabet gücümüzü artırmak zorundayız. Deri ve deri ürünleri imalat sanayi başta eti için kesilen hayvanlardan elde edilen ham deriler olmak üzere her türlü hayvanın derileri ve kürklerinin imalatını kapsamaktadır. Deri sektörü başka hiçbir sektöre benzemeyen bir özellik taşımaktadır. Bu özellik doğrudan, sektörün ham maddesi olan derinin kendine has dokusu ve bu dokuyu tüketilinceye kadar sürdürebilmesidir. Aynı zaman da kaliteli ham madde temini ayrı bir önem taşımaktadır. Bu nedenle deri sektörü kendi içinde karlılığını uzun dönemde belirleyebilmektedir. Deri ve deri ürünleri imalat sanayi; tabaklama ve deri işleme, ham deriden suni deriye, deri kimyasallarından deri konfeksiyona, ayakkabıdan ayakkabı yan sanayine, saraciye ürünleri, deri giyim eşyası, kürkten eşya ya kadar geniş bir üretim alanında faaliyet göstermekte ve birbirinden oldukça farklı özellikler gösteren ana dalları ve alt sektörleri de içermektedir. Türk deri sektörü yurt içinde hayvan sayısının yetersiz olması nedeniyle ham deride ithalata bağımlıdır. Bu araştırmada; Türkiye' de canlı hayvan varlığı, Türkiye' de kesilen hayvan ve elde edilen ham deri sayısı, Türkiye' de işlenen deri miktarı verilerek bunun içerisinde özellikle ham derinin yeri üzerinde durulacaktır. Türkiye deri ve deri mamulleri sanayi dış ticareti verileri hakkında bilgi verilerek ham derinin önemi üzeride durulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Deri ve Deri Mamulleri, Ham Deri, Deri İthalat ve İhracatı

1. GİRİŞ

Deri ve deri ürünleri imalat sanayi; tabaklama ve deri işleme, ham deriden suni deriye, deri kimyasallarından deri konfeksiyona, ayakkabıdan ayakkabı yan sanayine, saraciye ürünlerine deri giyim eşyasına, kürkten eşyaya kadar geniş bir üretim alanında faaliyet göstermekte ve birbirinden oldukça farklı özellikler gösteren ana dalları ve alt sektörleri de içermektedir. Deri sanayinin hammaddesi, hayvandan elde edilen ham deridir. Canlı hayvan temel hedef olarak eti için kesilirken, yan ürün olarak da deri üretimi gerçekleşmektedir. Kasaplık hayvanın kesimi sonucu, ham deri toplam hayvan değerinin çok küçük bir oranını (%10) teşkil etmesine rağmen önemli bir hammadde olarak deri sektörünün temel girdisini oluşturmaktadır. (1)

Hayvan yetiştiriciliği denildiğinde genellikle sığır, manda ve koyun, keçi yetiştiriciliği anlaşılır. Bu araştırmada; Türkiye'de canlı hayvan varlığı, kesilen hayvan ve elde edilen ham deri sayısı, işlenen deri miktarı verilerek bunun içerisinde özellikle ham derinin yeri üzerinde durulacaktır. Türkiye deri ve deri mamulleri sanayi dış ticareti verileri hakkında bilgi verilerek ham derinin önemi üzeride durulacaktır. Bu nedenle deri ve hayvancılık sektörü birlikte incelenmiştir.

1.1. Sektörün Genel Özellikleri

Deri, insanoğlunun ihtiyaçlarını gidermek için kullandığı ilk malzemelerden biridir. İlkel çağlarda örtünme amaçlı kullanılırken, daha sonra savaşlarda kın, üzengi ve sadak olarak stratejik önemi olan bir malzeme olmuştur. Deri sektörü üretimi için gerekli hammaddesini hayvancılık sektöründen tedarik etmektedir. Ham deri, et üretiminin yan ürünleri arasında, değer bakımından birinci derecede önemli olan yan üründür. Deri ve deri mamulleri sektörü kendine özgü özellikleri veya birçok sektöre göre farklılıklar bulunmaktadır.(11)

Başta eti için kesilen hayvanlardan elde edilen ham deriler olmak üzere her türlü hayvanın derileri ve kürklerinin imalatını kapsamaktadır. Deri sektörü başka hiçbir sektöre benzemeyen bir özellik taşımaktadır. Bu özelliği doğrudan, sektörün ham maddesi olan derinin kendine has dokusu ve bu dokuyu tüketilinceye kadar sürdürebilmesidir. Sektör el emeğine dayandığı için bilgi birikimi ve deneyim gerektirmektedir. Aynı zamanda kaliteli ham madde temini ayrıca önem taşımaktadır. (3)

Sektörün temel ham maddesi olan ham deri, kırmızı et üretimi faaliyeti sonucunda ortaya çıkan bir yan üründür. Belli bir dönemde ham deri arzı fiyattan ve talepten bağımsız olarak belirlenir. Ham deri talebinde bir değişme olsa bile bu değişime bağlı olarak ham deri üretim miktarı değişmez, ama fiyat değişebilir. Çünkü hayvanlar derisi için değil, (kürk hayvanları ve bazı nadir hayvanların ham derileri hariç) et üretimi için kesilmektedir. Halbuki pek çok sektörde ham madde arzı talepteki değişmelere hemen veya zaman farkı ile uyum gösterebilmektedir. En önemlisi de sektör standart olmayan ve organik özelliğe sahip bir ham madde ile

üretimini sürdürmektedir. Hayvanın cinsi, ham derinin biyolojik ve fiziksel özelliği dahi birbirinden farklılık gösterebilmektedir. Bu farklı özellikler deri üretiminde kullanılacak tekniği,mekanik işlemleri ve kimyasal proseslerde değişiklik göstermektedir. Türk deri ürünleri üretiminde kullanılan büyükbaş hayvan derilerinin %75'i,küçükbaş hayvan derilerinin ise %56'sı ithalat ile karşılanmaktadır (1,3)

2. TÜRKİYE 'DEKİ CANLI HAYVAN VARLIĞI

Hayvancılık; ülkemizde sektörler ve bölgeler arası dengeli kalkınma,sanayi ve hizmetler sektörüne yeni istihdam imkanları yaratma,ulusal geliri arttırma,kırsal alanda işsizlik sorununu azaltma ile kalkınma ve sanayileşmenin finansmanını öz kaynaklara dayandırma gibi önemli iktisadi fonksiyonlar yüklenmiştir.Aynı zamanda da çeşitli sanayi kollarının hammadde ihtiyacını karşılayan önemli bir üretim alanıdır.(4)

Günümüzde Hayvancılık sektörü; yem sanayi, et ve mamulleri sanayi, süt ve mamulleri sanayi, dericilik ve tekstil sanayileri, veteriner ilaçları ve hayvancılık ekipman sanayileri vb bileşenleri yeni istihdam alanları yaratmakta, hayvancılığa girdi sağlamakta ve hayvansal ürünlerin işlenmesiyle katma değer yaratmaktadır. Ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin belirlenmesinde kullanılan önemli kriterlerden birisi de kişi başına tüketilen hayvansal besin miktarıdır. Bu bağlamda hayvansal protein tüketimi ile kalkınma arasında sebep sonuç ilişkisinin var olduğu görülmektedir.(5)

Ham deri üretiminin tek kaynağı hayvancılık olduğu için hayvan varlığı ve hayvancılıktaki gelişmeler bu sektörü doğrudan etkilemektedir. Ayrıca canlı hayvan ihracatının da yapılması, sahip olunan kıt kaynakların elden çıkarılması anlamına gelmektedir. Ülkemizde üretilen ham deri konusunda sağlam veriler verebilmek oldukça güçtür. Türkiye'de sağlıklı hayvan sayımı, envanteri ancak kontrollü kesimler sonucunda bir takım istatistiki bilgilerle elde edilebilmektedir.

2.1. Türkiye Hayvan Varlığının Yıllar İtibariyle Değişimi

Tablo 1.Yıllar İtibariyle Büyükbaş ve Küçükbaş Hayvan Varlığı (TÜİK-2)

Yıllar	Sığır	Manda	Büyükbaş Toplam	Koyun	Keçi	Küçükbaş Toplam
2002	9.803.498	121.077	9.924.575	25.173.706	6.780.094	31.953.800
2003	9.788.201	113.356	9.901.458	25.431.539	6.771.675	32.203.214
2004	10.069.346	103.9	10.173.246	25.201.155	6.609.937	31.811.092
2005	10.526.440	104.965	10.631.405	25.304.325	6.517.464	31.821.789
2006	10.871.364	100.516	10.971.880	25.616.912	6.643.294	32.260.206
2007	11.036.753	84.705	11.121.458	25.475.293	6.286.358	31.761.651
2008	10.859.942	86.297	10.946.239	23.974.591	5.593.561	29.568.152
2009	10.723.958	87.207	10.811.165	21.749.508	5.128.285	26.877.793
2010	11.369.800	84.726	11.454.526	23.089.691	6.293.233	29.382.924
2011	12.386.337	97.632	12.483.969	25.031.565	7.277.953	32.309.518
2012	13.914.912	107.435	14.022.347	27.425.233	8.357.286	35.782.519
2013	14.415.257	117.591	14.532.848	29.284.247	9.225.548	38.509.795
2014	14.223.109	121.826	14.344.935	31.140.244	10.344.936	41.485.180
2015	13.994.071	133.766	14.127.837	31.507.934	10.416.166	41.924.100
2016	14.080.155	142.073	14.222.228	30.983.933	10.345.299	41.329.232
2017	15.943.586	161.439	16.105.025	33.677.636	10.634.672	44.312.308

Türkiye'nin mevcut hayvan varlığı dikkate alındığında, önemli ölçüde hayvancılık yapılmakta olan bir ülke görünümü sergilediği, ancak istatistik ele alındığında, hayvan varlığının son 15 yıllık süre içerisinde hızlı bir şekilde azaldığı, hayvan başına verimde ciddi artış sağlanamadığı, artan nüfusa paralel olarak hayvansal ürünler açığının artarak devam ettiği gözlenmektedir.

2017 yılında tarımda kayıtlı büyükbaş ve küçükbaş hayvan sayısının toplamı 60 milyon 418 bine ulaşmıştır. Bu sayının 16 milyon 105 binini büyükbaş hayvanlar, 44 milyon 312 bini de küçükbaş hayvanlar oluşturmaktadır. Büyükbaş hayvan sayısı 2017 yılında bir önceki yıla göre %13,2 artarak 16 milyon 105 bin baş olarak gerçekleşmiştir. Büyükbaş hayvanlar arasında yer alan sığır sayısı % 13,2 artarak 15 milyon 943 bin baş olurken, manda sayısı % 13,6 artış ile 161 bin 439 baş olarak gerçekleşmiştir. Küçükbaş hayvan sayısı bir önceki yıla göre %7,2 oranında artarak 44 milyon 312 bin baş olarak gerçekleşmiştir. Küçükbaş hayvanlar arasında yer alan koyun sayısında bir önceki yıla göre % 8,7 oranında bir artış meydana gelmiş ve 33 milyon 678 bin baş olarak gerçekleşti. Keçi sayısında ise yine bir önceki yıla göre % 2,8 oranında bir artışla olmuş ve 10 milyon 635 bin baş olarak gerçekleşti. Küçükbaş hayvan sayısı 2016 yılında bir önceki yıla göre %1.4 azalarak 41 milyon 329 bin başa düşmüş. 2015'te 31 milyon 508 bin olan koyun sayısı % 1.7 azalarak 30 milyon 983 bin başa gerilemiştir. 2015'te 10 milyon 416 bin baş olan keçi sayısı da % 0.7 azalışla 10 milyon 345 bin başa düşmüştür.

2.2. Hayvan Sayısındaki Değişim ve Kesilen Hayvan Sayısı

Sektörün ham madde ihtiyacını ithalatla karşılaması, hem deri sanayi hem de hayvancılık için maliyetlerin artmasına neden olmaktadır. Öyle ki ham deri; mezbaha ve kesim yerlerinde, derilerin kullanma şekillerine göre yüzüldüğünde, temizlenerek sınıflandırması yapıldığında ve bu şekilde muhafaza edildiğinde et üretim maliyetlerinin önemli derecede azalmasına katkı yapabilecek ana yan ürünlerden birisidir.(7)

Türkiye'de yerli ham deri alım-satımında, büyüklük bakımından bir standardizasyona gidilmemiştir. Yerli sığır derileri gevşek yapılı olması ve kuyruk-kafa gibi ekleri ile birlikte satılması nedeniyle ile kalite düşmekte ve % 20 civarında fire oluşmaktadır. Ülkemizde üretilen ham deri konusunda sağlam veriler verebilmek mümkün olmamaktadır. Ancak kontrollü kesimler sonucu Devlet İstatistik Enstitüsü'nden bazı istatistiki bilgiler alınmaktadır.

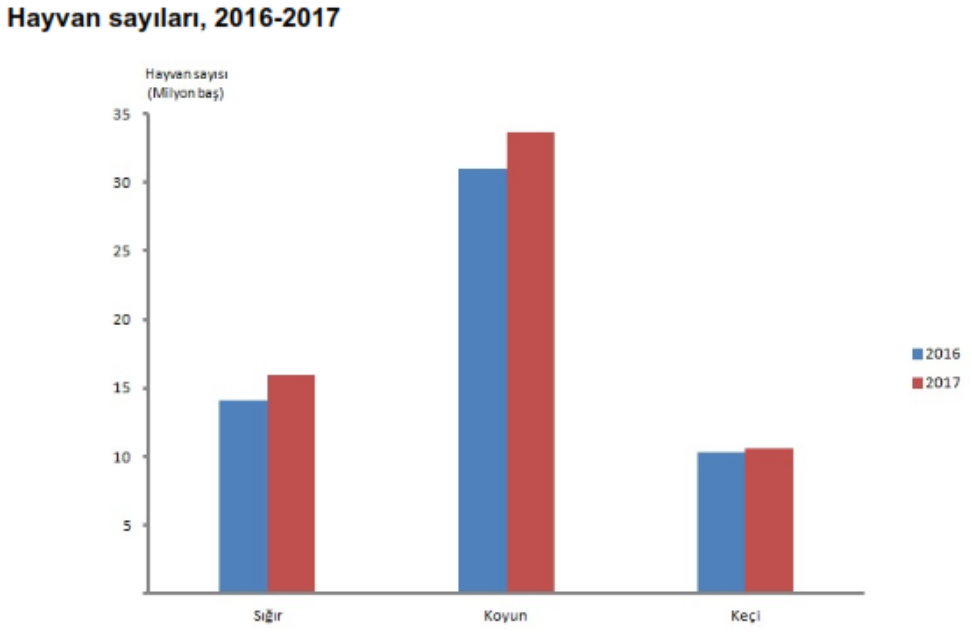
Tablo 2. Kesilen Hayvan Sayısı (Baş) (TÜİK)

YIL	SIĞIR	MANDA	BÜYÜKBAŞ TOPLAM	KOYUN	KEÇİ	KÜÇÜKBAŞ TOPLAM
2002	1.774.107	10.11	1.784.217	3.935.393	757.465	4.692.858
2003	1.591.045	9.521	1.600.566	3.554.078	607.006	4.161.084
2004	1.856.549	9.858	1.866.407	3.933.973	570.512	4.504.458
2005	1.630.471	8.92	1.639.391	4.145.343	688.704	4.834.047
2006	1.750.997	9.658	1.760.655	4.763.394	803.063	5.556.457
2007	2.005.140	9.534	2.014.674	6.456.552	1.269.228	7.725.780
2008	1.736.107	7.251	1.743.358	5.588.906	767.522	6.356.428
2009	1.502.073	4.857	1.506.930	3.997.348	606.042	4.603.390
2010	2.602.246	15.72	2.617.966	6.873.626	1.219.504	8.093.130
2011	2.571.765	7.255	2.579.020	5.479.546	1.254.092	6.733.638
2012	2.791.034	7.426	2.798.460	4.541.122	926.799	5.467.921
2013	3.430.723	2.403	3.433.126	4.958.226	1.340.909	6.299.135
2014	3.712.281	2.176	3.714.457	5.197.289	1.570.239	6.767.528
2015	3.765.077	1.391	3.766.468	5.008.411	1.999.241	7.007.652
2016	3.900.307	1.499	3.901.806	4.083.620	1.756.360	5.839.980
2017	3.602.115	6.123	3.608.238	5.134.338	2.068.866	7.203.204

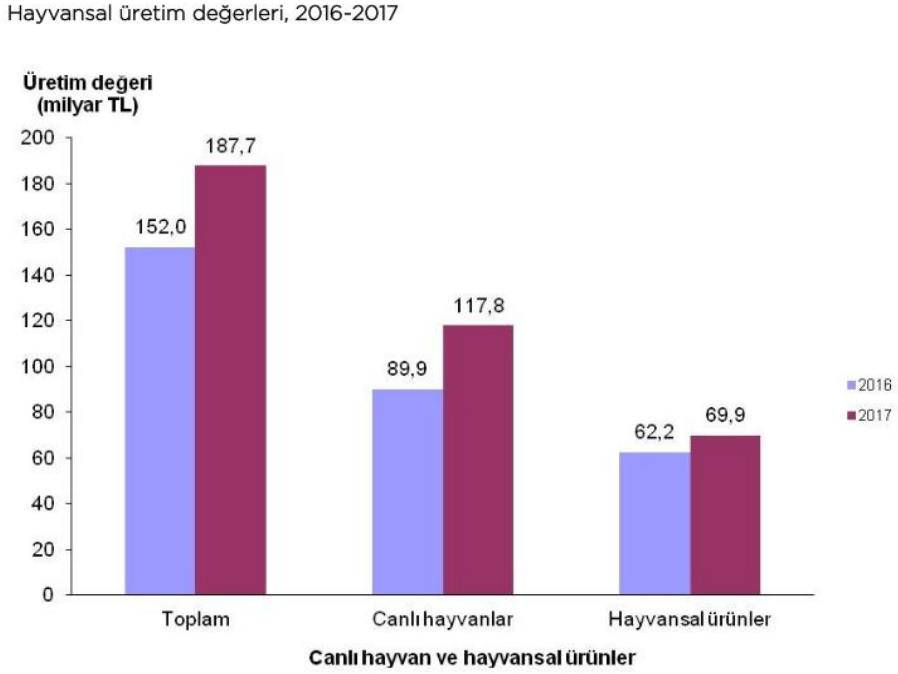
Kesilen hayvan sayısı ile ortalama karkas ağırlığına ait değerler çalışmalarına izin verilen, yani ruhsatlı mezbahalardan sağlanmaktadır. Bunun doğal sonucu olarak da istatistiklerde yer alan et üretimi çoğunlukla ruhsatlı mezbahaların kesimlerini içermektedir. Bu değerlere kurban kesimleri eklenmeye çalışılmaktadır. Bütün istatistiklere ilişkin yayınlarda yer alan kırmızı et üretimlerini gerçeğe yakın kabul edecek bilgiler sağlanabilmiş değildir.

2.3. Canlı Hayvanlar Üretim Değeri

Türkiye'de toplumun yeterli, dengeli ve sağlıklı bir şekilde beslenebilmesi, hayvansal üretimin artırılabilmesi, ulusal ekonomiye daha fazla katkı sağlanabilmesi için hayvancılık sektörünün kalkındırılması gerekmektedir. Hayvancılık sektörü süt, et, deri, tekstil, ilaç ve kozmetik sanayi dallarına hammadde sağlamakta, milli geliri ve istihdamı artırmaktadır. Bu nedenle hayvancılık sektörü, ülke ekonomisinde önemli bir değere sahiptir. (10)
Grafik 1. Hayvan Sayıları (2016-2017)(TÜİK)



Grafik 2. Hayvansal Üretim Değerleri (2016-2017) (TÜİK)



Canlı hayvan değeri geçen yıl %31,1 artışla 117,8 milyar lira olarak gerçekleşmiş. Büyükbaş hayvanların değeri bir önceki yıla göre % 34,5 artarak 84,3 milyar liraya, küçükbaş hayvanların değeri % 27,3 yükselerek 28 milyar lira olmuştur.

Hayvansal ürün üretim değeri 2017 yılında %12,5 artarak 69,9 milyar TL ,süt üretim değeri 28,8 milyar TL, bal üretim değeri 3,3 milyar TL, yumurta üretim değeri 6,5 milyar TL ve kırmızı et üretim değeri 30,9 milyar TL 'dır.

3. HAM DERİDE DIŞ TİCARET DURUMU

2017 Ocak-Aralık döneminde sektörün ihracatı % 9,0 artışla 1,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'nin genel ihracatı ise % 10,4 artışla 156,8 milyar dolar olarak kaydedilmiştir. Deri ve deri ürünleri ihracatının toplam ihracat içindeki payı bu dönemde % 1,0 olarak hesaplanmaktadır.

Tablo 3. Deri ve Deri Ürünleri İhracatının Türkiye İhracatı İçerisindeki Payı (İTKİB)

Deri ve Deri Ürünleri İhracatının Türkiye İhracatı İçerisindeki Payı
(Ocak-Aralık)

Birim: 1.000 $	2016 (Ocak-Aralık)	2017 (Ocak-Aralık)	Değişim %
Türkiye Genel İhracat	142.069.560	156.782.257	10.40
Deri ve Deri Ürünleri İhracatı	1.394.061	1.519.231	9.00
Deri ve Deri Ürünleri İhracatının Genel İhracat İçindeki Payı	1.00	1.00	

2016 - 2017 yılı Ocak-Aralık dönemi itibariyle ürün gruplarımız bazındaki ihracat değerlerimiz ise aşağıda yer alan tabloda gösterilmektedir. Bu ihracat oranı içerisinde en yüksek paya ise % 51 ile deri ayakkabılar sahip olmuştur. Deri eşya, postlar % 24, kürklerin payı % 10, ham ve işlenmiş deri ürünlerinin ihracatımızdaki payları ise % 12'ye ulaşmıştır.

Tablo 4. Ürün Grupları Bazında Deri ve Deri Ürünleri İhracat Rakamları (İTKİB)

Ürün Grupları Bazında Deri ve Deri Ürünleri İhracat Rakamları

Birim 1.000 $	2016 (Ocak-Aralık)	2017 (Ocak-Aralık)	Değişim %	Pay %
Ayakkabı Fasıl64	707,214	768,870	8.7	50.6
Deri Giyim + Kürük Giyim	271,641	294,347	8.4	19.4
4203.1 Deri Giyim	170,951	159,861	-6.5	10.5
4303-4304 Kürk Giyim	100,690	134,486	33.6	8.9
Yarı İşlenmiş / Bitmiş Deri + İşlenmiş Kürk	236,955	263,848	11.3	17.4
4104-4115 Yarı İşlenmiş / Bitmiş Deri	188,516	208,162	10.4	13.7
4302 İşlenmiş Kürk	48,439	55,686	15	3.7
Saraciye (GTP 4201-4202-4203.21/29/30/40-4205-4206	176,416	189,098	7.2	12.4
Ham Deri + Ham Kürk	365	1,653	352.2	0.11
4101-4103 Ham Deri	352	1,608	356.5	0.11
4301 Ham Kürk	13	45	237.5	0
Deri ve Deri Ürünleri İhracatı	1,394,061	1,519,231	9	100

Ürün bazında %8,7 oranında bir artışla 769 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilen ayakkabı ve aksamları ürün grubu toplam deri ve deri ürünleri ihracatımız içerisinde en fazla payı alan ürün grubu olmuştur.(12)

Tablo 5. Deri ve Deri Mamulleri Sanayi İthalatı (8)

Deri ve Deri Mamulleri Sanayi İthalatı

Ürünler	2013	2014	2015	Değişim (2014-2015)	Pay (2015)
41 Ham ve İşlenmiş Deri	681.459.528	506.535.609	286.961.119	-43,3%	17,9%
42 Deri Eşya	547.520.899	554.651.783	486.422.963	-12,3%	30,3%
43 Postlar Kürkler	115.781.639	101.223.461	37.620.786	-62,8%	2,3%
64 Ayakkabı	992.947.486	953.894.053	794.561.643	-16,7%	49,5%
Toplam	**2.337.709.552**	**2.116.304.906**	**1.605.566.511**	**-24,1%**	**100,0%**

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi

Deri ve deri mamulleri sektöründe yaklaşık %24'lük bir düşüşle toplamda 2015 yılında 1,60 milyar dolar tutarında ithalat gerçekleştirilmiştir. İthalatın en önemli kısmını ham postlar ve deriler oluşturmakta olup, bu ürün grubu toplam ithalatın %43,3'üne karşılık gelmektedir.

Deri-post ithalatı ise 2014 yılına kıyasla yarı yarıya bir gerileme yaşamıştır. Sektörde ihracatın ithalatı karşılama oranı %90 olarak gerçekleşmiştir. İhracatta gerçekleştirilen %21'lİk düşüş karşısında, ithalatta yaşanan %24'lik düşüşe rağmen geçen yıllardaki ithalat kaleminin daha yüksek değerlerde olması nedeniyle; düşen bir ivmede de olsa sektörün dış ticaret açığının artmasına sebep olmuştur.(8)

SONUÇ

Türk deri ve deri ürünleri sektörünün rekabet gücü açısından en önemli sorunları arasında, azalan hayvan varlığı, yüksek üretim maliyetleri, ham deri de dışa bağımlılık ve kaliteli deriye erişimdeki sıkıntılar gelmektedir.

Sektörün ham madde de dışa bağımlı olması nedeniyle ithalatın yapıldığı ülkelerdeki sosyal, siyasal ve ekonomik yapıdaki sorunlar ve değişimlerde Türk deri sektörünü etkilenmektedir. Yabancı ülkelerdeki üretim dalgalanmaları sektörün hammadde maliyetlerinin yükselmesine neden olmaktadır.

Türk deri sektörü yurt içinde hayvan sayısının yetersiz olması nedeniyle ham deride ithalata bağımlıdır. Bu durum sektörün döviz kurundaki gelişmelere karşı duyarlılığını artırmaktadır. Deri sektörü, maliyetlerde kaydedilen yükselişleri tüketiciye yansıtamamaktadır. Bu durum sektörün kârlılığı üzerinde baskı kurmaktadır. Türk dericiliğinin şu anki en önemli sorunu olan ham deri temini sorununun çözülmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

1. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Deri ve Deri Mamulleri Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu. http://ekutup.dpt.6 gov.tr/imalatsa/oik537.pdf
2. http://www.ulusalsutkonseyi.org.tr/yillar-itibariyle-buyukbas-ve-kucukbas-hayvan-varligi/
3. Özçörekçi, Öngüt Dünya'da ve Türkiye'de Deri ve Deri Ürünleri Sanayiinin Gelişme Eğilimleri ve Geleceği 2005
4. Hayvancılık Sektör Raporu TİGEM 2013 Dünya Sığır Eti Üretim, Tüketim Ve Ticareti İle Türkiye'nin Canlı Hayvan Ve Sığır Eti İthalatı
5. T.C Devlet Planlama Teşkilatı IX. Kalkınma Kalkınma Planı; Hayvancılık Özel İhtisas Komisyonu Ankara ;2007
6. ISO Deri ve Deri Mamulleri İmalat Sanayi Sektör Raporları (2015)
7. Türkiye Kalkınma Bankası A.S. Sektörel Araştırmalar Deri ve Deri İşleme Sanayi Sektör Araştırma müdürlüğü Mayıs 2004:ANKARA
8. Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçılar Birliği 2015/2016 Dönemi Çalışma Raporu 2015/2016 DONEMİ
9. Türkiye İstatistik Kurumu, Hayvansal Üretim İstatistikleri 2017 ,, Sayı: 27704 07 Şubat 2018
10. http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/c9668ee82377f12_ek.pdf (Erişim: 10.09.2018)
11. Deri Ve Deri Ürünleri Sektörü Raporu Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı ; Aralık 2012
12. Deri ve Deri Ürünleri Sektörü 2018 Ocak Ayı İhracat Bilgi Notu ; İTKİB Genel Sekreterliği, Ar-Ge ve Mevzuat Şubesi, İstanbul

Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi

Havva ARABACI[1]

[1] Trakya Üniversitesi, Edirne SBMYO, Edirne, arabacih@hotmail.com

Özet: Kalkınma ekonomisi, 11. Dünya Savaşı'nı izleyen yıllarda ortaya çıkmış ve sonra hızlı bir gelişme sürecine girmiştir. Gelişmekte olan ülkelerde sanayileşme gelişmediği için kalkınma hamlelerini ancak sahip oldukları turistik arz potansiyelini değerlendirmekle mümkündür. Ekonomik kalkınma hem üretim miktarındaki artışı hem de sosyo-kültürel yapıda meydana gelen değişmeleri içerir.

Turizm kalkınma için ihtiyaç duyulan döviz girdisini sağlar. Turizmin asıl ekonomik önemi; turistlerin varış yerinde yaptıkları harcamalar yoluyla, ülkeye ve yerel halka ekonomik katkı sağlamalarıdır. Turizmin geliştiği bir ekonomide, bunun etkileri hem ekonomik hem de sosyal alanlarda kendini hissettirmektedir. Turizmin; ödemeler dengesine etkisi, gelir etkisi, yurtiçinde ithalat etkisi, işgücü çarpanı etkisi, ihracat ve gelir dağılımını düzenleyici etkisi, istihdam artışı ve yeni iş olanakları yaratması, ekonomik gelişme ve döviz geliri yaratması, küçük ölçekli işletmelerin geliştirilmesi, hayat standardının ve kalitesinin yükseltilmesi, gibi olumlu ekonomik etkileri vardır.

Turizm, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinde önemli bir paya sahip olup turizm sektörünün gelişmesi, sektörü doğrudan veya dolaylı olarak ilgilendiren diğer işletmelerin gelişmesine de etki etmektedir. Turizm sektörünün bölgesel kalkınma ve turizm kaynakların etkin kullanımı konusunda büyük bir yeri ve önemi vardır. Bu çalışmada, gelişmekte olan ülkelerde turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gelişmekte Olan Ülke, Ekonomik Kalkınma, Turizm, Bölgesel Kalkınma.

The Impact of Tourism on Regional Development in Developing Countries

Abstract: The development economy emerged in the years following the II. World War and then entered a rapid development process. Economic development contains both the increase in the amount of production and the changes that take place in the socio-cultural structure. As industrialization does not improved in the developing countries, it is possible to evaluate the developmental prospects only by the potential of the tourist supply they have.

Tourism provides the currency exchange needed for development. The main economic importance of tourism; contribution of tourists to local economy and people through the expenditures they make at their final destination. An economy in which tourism develops, its effects are felt both in economic and social areas. Tourism has positive economic impacts such as the balance of payments effects, income effect, domestic import effect, labor multiplier effect, regulating effect of export and income distribution, employment increase and creation of new job opportunities, economic development and foreign exchange income, development of small scale enterprises, improvement of life standard and quality.

The tourism sector has a significant share in the economies of both developed and developing countries and the development of this sector also influences the development of other businesses directly or indirectly linked with the sector. Tourism sector has a great place and importance in terms of effective use of regional development and tourism resources.

In this study, the effect of tourism on regional development was tried to be explained.

Keywords: Developing Country, Economic Development, Regional Development, Tourism.

1. GİRİŞ

Ekonomik kalkınma hem üretim miktarındaki artışı hem de sosyo-kültürel yapıda meydana gelen değişmeleri içerir. Ekonomik kalkınma gelişmekte olan ülkelerin karşı karşıya bulunduğu durumları içermektedir.

Gelişmekte olan ülkelerin en önemli sorunlarının başında kalkınma ve az gelişmişlik yer almaktadır. Bu sorunu aşmanın yollarından birisi de bu ülkelerin kalkınma için öncelikli sektörü tespit etmektir. Gelişmekte olan ülkelerde sanayileşme olmadığı için kalkınma hamlelerini ancak sahip oldukları turistik arz potansiyelini değerlendirmekle mümkündür. (Çeken, 2008: 293).

İnsanlar, sürekli yaşadıkları yerlerden geçici sürelerle ayrılarak başka ülke veya bölgelere gitmekte ve buralarda gezip-görme, dinlenme, eğlenme, öğrenme gibi psikolojik ve sosyo-kültürel ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Ekonomik anlamda geniş etkiler doğuran ve turizm olarak isimlendirilen bu olay, günümüz uygarlığının temel bir özelliğini oluşturmaktadır (Uçkun, 2004: 28). Turizm faaliyetini gerçekleştiren kişiye ise turist denilmektedir.

Bir ülkeye çalışma, yerleşme, uzun süreli eğitim amacıyla gidenler ve transit yolcular turist sayılmamaktadır. En az bir gece konaklama gerçekleştirmiş günübirlikçiler ise turist olarak kabul edilir (Yağcı, 2003: 12). Turist, temel amacı psikolojik tatmin olan, seyahati süresince ekonomik anlamda tüketici sayılan, normal düzeyde mali güce sahip ve zamanı sınırlı olan kişidir.

Başlıca turizm çeşitleri şunlardır (Oktayer vd., 2007: 129-144):

1. Deniz ve yat turizmi: Temiz deniz ve uzun kıyılar gerekir. Deniz havası ve deniz suyu sağlığa iyi gelmekte, vücudu güçlendirirken hastalıklara karşı direnci artırmaktadır. Yat sahiplerine yönelik turistik hizmetler ile turistlere yönelik yat gezileri önemli turizm faaliyetleridir.

2. İnanç turizmi: İnsanların dini inanç çekim merkezlerine yaptıkları seyahatlerdir.

3. Sağlık ve termal turizmi: Termal suların tedavi amaçlı kullanımına yöneliktir.

4. Kongre turizmi: Ulusal ve uluslararası nitelikte gerçekleştirilen kongrelerden oluşur.

5. Eko turizm: Doğa sever turistlere yönelik olarak dağlık ve ormanlık bölgelerdeki turizmdir.

6. Yayla turizmi: Yüksek rakımlı yerlerdeki yaylaların turizme yönelik değerlendirilmesidir.

7. Mağara turizmi: Mağara niteliğinde ortaya çıkan jeolojik yapıların ziyaret edilmesidir.

8. Av turizmi: Yabani av hayvanlarının eğlence amaçlı avlanmasıdır.

9. Botanik turizmi: Bitki çeşitliliğinin gözlenmesine dayalıdır.

10. Dağ turizmi: Dağcılığı sevenlere yöneliktir.

11. Akarsu turizmi: Akarsularda rafting ve kano faaliyetlerinin gerçekleştirilmesidir.

Turizm, birçok disiplin ve sektör ile iç içedir. Turizm, turistlere seyahatleri sırasında gereksinim duydukları mal ve hizmetleri sağlayan bir faaliyet alanıdır ve turistin seyahatinden dolayı ya da seyahati için her çeşit harcamayı kapsar (İçöz, 2005: 2). Turizm, konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, rekreasyon İşletmeleri, seyahat işletmelerinden oluşan bir faaliyettir. "Ayrıca bunlara ek olarak, karşılama hizmetleri, ticari kamplar, benzin istasyonları, yiyecek-içecek mağazaları ve diğer perakende mağazalar da turizme hizmet veren birimlerdir" (İçöz, 2005: 2).Turizmin yerel işletmelerle kurduğu ilişki ekonomide oluşan sızıntının azalması, potansiyel gelirin ve iş sahalarının değerlendirilmesi açısından önemlidir (Tavmergen, 1998: 62).

Hizmet sektörü içerisinde yer alan turizm sektörü dünya genelinde ülke ekonomilerinin konjonktürlerinde etkin olan ve ekonomik büyümeye olumlu etkileri giderek arttan bir kalkınma aracıdır (Özen, 2017, s. 96).

Turizmin geliştiği bir ekonomide, bunun etkileri hem ekonomik hem de sosyal alanlarda kendini hissettirmektedir.

Turizmin ülke ekonomisi içindeki olumlu etkileri ve ülke ekonomisi üzerinde ortaya çıkaracağı bazı olumsuz etkileri tablo 1'de açıklanmıştır.

Tablo 1. Turizmin Ülke Ekonomisi İçindeki Olumlu Etkileri Ve Ülke Ekonomisi Üzerinde Ortaya Çıkaracağı Bazı Olumsuz Etkiler

Turizmin Ülke Ekonomisi içindeki Olumlu Etkileri	**Turizmin Ülke Ekonomisi Üzerinde Ortaya Çıkaracağı Bazı Olumsuz Etkiler**
. Yatırımları uyarıcı etkisi, . Ülkesel ve Bölgesel ekonomik kalkınmaya etki, . Turizmin döviz kazandırma ve ödemeler dengesi üzerindeki olumlu katkılar, . Kişisel gelir artışı yaratıcı etkiler, . İstihdam (çalışma alanı) yaratıcı ve istihdamı artıcı etkiler, , Ekonomik yapının değişmesi ve gelişmesi üzerindeki olumlu etkiler, . Bir takım ticari faaliyetlerin uyarılması ve teşvik edilmesi, turistik mal ve hizmet üretimi faaliyetlerinin gelişmesi üzerindeki etkiler, . Yerel ve merkezi kamu gelirlerinin artması üzerindeki etkiler.	. Fırsat maliyeti (alternatif maliyet), . Yabancı işgücü istihdamı, . Yabancı sermaye ve teknoloji transferi, . Kamu hizmetlerinde artış, . Turizme aşırı bağımlılık tehlikesi, . Bölgesel enflasyonun ve arazi spekülasyonunun artması, . Dış alım eğiliminin artması, . Üretimin mevsimlik olması ve yatırımlardaki geri dönüş (Krlılık) oanının düşük olması, . Diğer dışsal maliyetler. .

Kaynak: İçöz, O. 2005: 186-187, Turizm Ekonomisi, Ankara.

2. GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELER VE EKONOMİK KALKINMA

Ülkeleri az gelişmiş ülke, gelişmiş ülke olarak sınıflandırmada; ekonomik kriterler, sosyo-kültürel kriterler, demografik kriterler olmak üzere üç temel. Kalkınmışlık kriteri vardır. Kalkınmışlık kriterleri Tablo 2.'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Kalkınmışlık Kriterleri

Ekonomik Kriterler	Sosyo-Kültürel Kriterler	Demografik Kriterler
> Kişi başına gelir rakamları, > Dengesiz gelir dağılımı, > Tüketim bileşiminde zorunlu malların yüksek payı, > Tasarrufların düşüklüğü, > Yatırımların düşüklüğü, > Sermaye birikiminin yetersizliği, > Etkin kaynak kullanımıdır.	> Okuma yazma oranlarının düşük olması, > Eğitim hizmetlerinden yararlanamama, > Sağlık hizmetlerinin yetersiz olması, > Temiz içme suyundan Yararlanamamadır.	> Nüfus artış hızının yüksek oluşu, > Nüfusun yapısı, > Nüfusun yerleşkesi, > Kır ve kent dağılımlarıdır.

Kaynak: Erol Bulut, (2014). Analiz İktisat, Genişletilmiş 5. Baskı, s. 647. Ankara.

Gelişmekte olan ülkeler, genel olarak nüfuslarına göre önemli ölçüde sanayileşme sağlamayan ve çoğu durumda orta ila düşük yaşam standardına sahip olan ülkelerdir. Gelişmiş ülkeler, bazı kriterlere göre yüksek düzeyde gelişme göstermiş ülkelerdir.

Az Gelişmiş Ülkelerin (Gelişmekte Olan Ülkelerin) Özelliklerini aşağıdaki gibi sıralayabiliriz (Bulut, 2014: 648);

- Kişi başına düşen reel gelirin düşüklüğü,
- Yüksek nüfus artış hızı,
- Yüksek oranlı işsizlik,
- Gelir dağılımının adaletsiz oluşu,
- Tarım hakimiyeti,
- Gelişmemiş bir dış ticaret,
- Gelişmemiş bir sermaye piyasası,
- Düşük seyreden beşeri sermaye.

Kalkınma veya gelişme; kişi başına düşen gelirin arttırılması yanında ekonomik, sosyal, kültürel ve demokratik yapıların/kaynakların bir bütün olarak değişerek toplumun refahının arttırılmasını içeren çok yönlü bir kavramdır (Yalçın, 2013: 33). Kalkınmanın kısaca; sosyal, siyasal, kültürel ve ekonomik anlamda bir modernleşme sureci olduğunu söylemek mümkündür (Kaynak, 2003: 18).

Kalkınma ekonomisi, 11. Dünya Savaşı'nı izleyen yıllarda ortaya çıkmış ve sonra hızlı bir gelişme sürecine girmiştir. Dünyada yaşanan 1930 krizinden sonra, özellikle de 1950'li yıllardan başlayarak kalkınma ekonomisinin güncellik kazanması, bölgesel politikalar ve bölge kavramının yükselen değer olarak gündeme gelmesini sağlamıştır. Ulusal kalkınma stratejilerinde benimsenen sektörel ve gelir dağılımında denge kavramlarına bölgeler arası denge kavramı eklemlenmiş ve ulusal kalkınmanın ayrılmaz bir parçası olarak sunulmuştur (Ecaral 2005: 91).

Kalkınma, genel olarak bir ülkenin milli gelir düzeyinde meydana gelen sürekli artışa bağlı olarak ekonomik, sosyal ve siyasal yapısında meydana gelen değişimleri içeren bir süreçtir. Ekonomik kalkınma hem üretim miktarındaki artışı hem de sosyo-kültürel yapıda meydana gelen değişmeleri içerir.

Ekonomik kalkınma; gelir düzeyindeki artış, eğitim ve sağlık göstergelerindeki iyileşme, verimlilik artışı ve teknolojik gelişme gibi çeşitli faktörleri kapsamaktadır. Bu faktörlerden her biri ekonomik kalkınmayı farklı şekilde etkilemektedir. Dolayısıyla ülkelerin kalkınması sadece ekonomik gelişmeyi değil aynı zamanda eğitim, sağlık, sosyal güvenlik ve teknoloji yatırımlarını da içermektedir. Bu faktörleri kapsayan kalkınmışlık göstergelerinin belirlenmesi ve ölçülmesi son yıllarda kalkınma iktisatçılarının ilgi odağı haline gelmiştir. Bu

ilginin temel nedeni ise teorik tartışmalarda ekonomik kalkınmanın fiziki boyutunun yanı sıra nitelik boyutuyla da ele alınmasıdır (Tuna ve Yumuşak, 2002: 3).

Ülkenin kalkınma sürecine girip girmediği konusunda belirleyici rol oynayan yapısal değişiklikler genel olarak şu şekilde sıralanabilir (http://www.ktu.edu.tr/dosyalar/bmyo_fd7ab.pdf);

1. Kalkınma sürecinde ekonomideki temel sektörlerin (tarım, sanayi, hizmet) GSMH da ki nispi paylarında değişiklik olur. J. Fourastieve C.Clarktarafından Üç Sektör Teorisi adıyla ortaya konan bu teoriye göre ;

• Kalkınmanın ilk aşamalarında tarım sektörünün GSMH içindeki nispi payı oldukça fazla iken sanayi ve hizmet Sektörünün nispi payları düşüktür.

• Kalkınma sürecine girildiğinde; tarımın nispi payı azalırken sanayi ve hizmet sektörlerinin nispi payı artmaktadır.

• Kalkınma süreci devam ettikçe tarım ve san. Sektörünün nispi payları azalmaktadır. Ancak sanayi sektörünün nispi payı yine tarımınkinin üzerindedir. Hizmetler sektörünün nispi payı ise devamlı artış göstermektedir.

2. kalkınma sürecinde tüketim malları sektörünün payı azalırken ara ve yatırım malları üreten sektörlerin payı artar.

3. dış ticarette yapısal değişiklikler olur. Kalkınmanın ilk aşamalarında ihraç ürünleri içinde tarımsal ürünler ve hammaddelerin payı fazla sınai ürünlerin payı ise düşüktür. Kalkınma sürecinde tarımın payı azalır.

4. Kalkınma sürecinde kişi başına düşen enerji üretim ve tüketiminde artışlar olur.

5. Eğitim ve sağlık alanlarında iyileşmeler görülür. Okur-yazar oranı artar, kişi başına düşen doktor, yatak ve sağlık personeli artar, çocuk ölüm oranları azalır.

6. Araştırma ve Geliştirme (AR-GE) faaliyetlerine GSMH dan ayrılan pay artar.

7. Dengeli beslenme alışkanlığı yerleşir. Gıda maddeleri tüketimi içinde nişastalı ürünlerin payı azalırken protein ihtiva eden ürünlerin payı artar.

8. Sosyal ve kültürel yapıda, davranışlarda, alışkanlıklarda, giyim ve eğlence anlayışında değişiklikler, yenilikler olur.

3. TURİZMİN BÖLGESEL KALKINMAYA ETKİSİ

Turizm sektörünün gelişmesi ile kalkınma arasında doğru yönlü bir ilişki vardır. Turizm sektörü, kaynakların etkin bir şekilde kullanılarak bölgeler arasındaki dengesizliklerin giderilmesi ve bölgesel bir kalkınmanın sağlanması konusunda önemli bir yere sahiptir (Çeken, 2008: 294-295). Kalkınma unsurlarının gerçekleşme hızı ülkenin veya yörenin sahip olduğu turist arz verilerinin etkin bir şekilde kullanılmasına ve turizm sektörünün ülkenin kalkınması için öncelikli sektör haline getirilmesi ile mümkündür.(Çeken, 2008: 302).

Turizm pek çok ülke tarafından kalkınmanın bir aracı olarak görülmektedir. Bir hizmet sektörü olarak istihdam yaratma potansiyeli dikkate alındığında öneme sahip olduğu söylenilebilir. Turizm ülkede yeni iş imkânları yaratılması suretiyle bölgelerarası gelişmişlik farkının azalmasına etki yaparak bölgelerde dengeli kalkınmaya imkân tanımaktadır. Turizm yatırımları bir ülkenin daha az kalkınmış bölgelerinde teşviklerle hız kazandığında, bu yatırımların bölgede yarattığı yeni iş imkânları çalışan kesimin gelirlerini arttırmanın yanı sıra, bölgenin gelir dağılımında da olumlu etkiler oluşturmaktadır (Çeken,2003: 147).

Turizmin temel ekonomik önemi, bir ülke ya da yöreye gelen turistlerce yapılan harcamalardır. Turizmin ulusal ya da uluslararası olsun asıl ekonomik önemi; turistlerin varış yerinde yaptıkları harcamalar yoluyla, ülkeye ve yerel halka ekonomik katkı sağlamalarıdır (Zengin, 2010: 104). Turizm sayesinde ihracı mümkün olmaya, jeoekonomik varlıklar, sosyo-kültürel varlık, değer ve olaylar ile spesifik bazı hizmetler bölge için döviz kaynağı haline gelmektedir (Olalı ve Timur, 1998:97).

Bölgeye gelen yerli ve yabancı turistlerin yapmış oldukları turistik tüketim harcamaları ile artan turizm talebini karşılamak amacıyla yapılan turistik yatırımlar gerek turizm sektöründe gerekse sektörü belirleyen diğer sektörlerdeki üretim faktörlerinin gelirlerini arttırır.

Gelişen turizm sektörü bir ülkenin ödemeler dengesinin düzlemesinde, gelir yaratılmasında dolayısıyla ülke döviz gelirinin arttırılmasında, bağlantılı olduğu diğer birçok sektörün hareketlenmesinin sağlanmasında (inşaat,

yeme-içme, eğlence, taşımacılık vb) altyapı ve üstyapı yatırımlarının arttırılmasında ve en önemlisi istihdam olanaklarının yaratılarak işsizlik probleminin yükünün azaltılmasında önemli etkilere sahiptir (Yıldız, 2011: 69).

Turizm sektörü özellikle gençlere ve kadınlara iş olanakları yaratmaktadır. Bu da ailelere ek gelir olarak yansımakta ve hayat standardını yükseltmektedir (Tavmergen, 1998: 62). Ayrıca turizmin geliştiği bölgelerde, ulaşım olanakları ile altyapı hizmetlerinin artması ve yeni iş sahalarının açılması bölgedeki hayat standartlarının seviyesini olumlu olarak etkilemektedir (Kızılgöl ve Erbaykal, 2008: 355). Turizm, ülkede yeni iş imkanları yaratılması suretiyle bölgelerarası gelir dağılımında olumlu etki yaparak bölgelerde dengeli kalkınmaya olanak sağlamaktadır. Turizmin bölge ekonomisine katkısı katma değer yoluyla olmaktadır. Turistik mal ve hizmet üretiminin milli gelir üzerinde yarattığı katma değer etkisi, diğer sektörel üretimden yüksek olduğundan kalkınma için büyük bir önem arz etmektedir (Çeken, 2008: 301).

Turizm sektörü, hizmet sektörü içinde yer almakta ve bu sektörle ilgili diğer işletmelerle yakın bir ilişki içindedir. Bir ülkede veya bölgede turizmin gelişmesi aynı zamanda turizm sektörü ile ilişkili olan sektörün de gelişmesi demektir. Turizm sektörünün gelişmesi, sosyo-ekonomik kalkınmaya olumlu yönden katkı sağlamaktadır.

-Turizm sektörüne paralel olarak turizmin gelir etkisinin artması, tarım sektöründe üretim kalitesinin artmasına, standardizasyonun sağlanmasına ve kaliteli ürünün gerçek değerini bulmasına neden olur. Bunun sonucunda o bölgede tarımla geçinen kesimin gelirinde bir artış olacaktır. Tarım ekonomisinin yaygın olduğu bölgelerde turizmin gelişmesi demek tarımla geçinen halkın gelir ve refah seviyesinin artması demektir. Tarım sektöründeki gizli işsizlik sorunu da turizmin gelişmesine paralel olarak ortadan kalkmaktadır. Dolayısıyla işsiz kesimin sanayileşmiş bölgelere göç etmesinin önüne geçilmekte ve bölgelerarası dengesizlik de en aza indirilmiş olmaktadır (Çeken, 2008: 302).

Bir bölgedeki turizmin doğaya dayalı olarak ortaya çıkışı büyük kent ve sanayi merkezinde kazanılmış gelirlerin kırsal yörelere aktarılmasına yol açarak hem ülke düzeyinde hem de uluslararası düzeyde gelirin yeniden dağılımında etkili olacaktır. Bu süreç bölgelerarası dengesizliği giderici bir rol ifade edeceği gibi sosyal adalet ilkesinin de uygulama alanına aktarılmasını sağlayacaktır (Çetiner,1998:218).

.

Turizmin gelişmesi sonucunda bölgede, kalkınma hızı ile nüfus artış hızı arasındaki dengesizliğin sebep olduğu iç göçler, turizm nedeniyle yer yer azalacak veya duracaktır. Bu süreç kentlerin gecekondulaşmasını veya çarpık kentleşme hızını yavaşlatacaktır. Turizmin, çözümü güç ve aşılması zor olan bu toplumsal sorunların çıkmasını önleyici ve azaltıcı bu fonksiyonu, ülkenin kalkınmasına bir katkı olarak değerlendirilmektedir (Çetiner, 1998:218).

Turizm sektörünün gelişmesine bağlı olarak yörede fiziksel alt yapı sorunu da ortadan kalkmaktadır. Turizmin gelişmesi iyi hazırlanmış bir alt yapıya bağlıdır. Başta yörede yol, su, elektrik, kanalizasyon, otopark ve haberleşme gibi fiziksel alt yapı gelişecektir.

Turizmin yukarıda belirtildiği gibi ülke ekonomileri ve bölge kalkınması açısından her zaman olumlu etkiler meydana getirmediğidir. Turizm potansiyeline sahip olan az gelişmiş ya da gelişmekte olan bir bölgede turizmin gelişimiyle birlikte bir takım sorunlar da oluşabilir. Turizmin zaman içindeki gelişimi, turizmden sağlanan faydanın azalacağını ya da olumsuz gelişmelere neden olabileceğini de göstermektedir. Bu olumsuzluklar; ithalat, bölgesel enflasyon, yabancı işgücü, fırsat maliyeti, kamu hizmetlerindeki artış (taşıma kapasitesinin aşılması), yabancı sermaye ve teknolojik transfer etkisi olarak kendini göstermektedir (Bahar, Kozak 2006: 144–145).

Turizmin bir bölgede geliştirilmesinin bazı psikolojik ve sosyolojik maliyetleri de vardır. Turizmin yarattığı maliyetler (İçöz, 2005: 14);

. Sosyal hizmetler maliyetinde artış,

. Daha fazla yol onarımı, bürokrasi, polis ve itfaiye hizmetleri,

. Bazıları için statü kaybı.

. Suç ve fuhuş artışı.

Gelişen ülkelerin çoğu uluslararası turizm piyasasında etkinlik sağlamak noktasında büyük sorunlar yaşasalar da, pek çoğu turizmi çekici bir kalkınma ve gelişme seçeneği olarak değerlendirmektedir. Nitekim turist türleri ve kaynakları, gelirin yeniden dağılımı, ticari kısıtlamalardan bağımsızlık, talep sürekliliği, gelişme maliyetleri,

istihdam, imaj ve ürün çeşitliliği gibi nedenlerle birçok ülke turizmi geliştirmek için önemli yatırımlar yapmaktadır (Yarcan, 1998: 8).

Türkiye'deki bölgelerin gelişmişlik düzeyine baktığımızda; Marmara, Ege ve Akdeniz Bölgelerinin ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Çünkü yatırımların büyük bir kısmı bu bölgelerde yapılmaktadır. Bu bölgelerin dışında kalan diğer bölgeler aynı şansa sahip değildir ve üstelik geri kalmış bölgelerden gelişmiş bölgelere sürekli bir göç söz konusudur. Ancak sanayileşme imkanına sahip olmayan bölgelerimizin gelişmesi ve kalkınması da bu bölgelerin sahip olduğu turistik arz olanaklarının değerlendirilmesiyle mümkündür (Çeken, 2003:148).

SONUÇ

Turizm, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinde önemli bir paya sahiptir. Turizmin geliştiği bir ekonomide, bunun etkileri hem ekonomik hem de sosyal alanlarda kendini hissettirmektedir. Turizmin; ülke ve bölgesel ekonomik kalkınmaya etkisi, ekonomik gelişme ve döviz geliri yaratması ve ödemeler dengesine etkisi, istihdam yaratıcı ve artırıcı etkisi, , işgücü çarpanı etkisi, kişisel gelir yaratıcı etkisi, bir takım ticari faaliyetlerin uyarılması, küçük ölçekli işletmelerin geliştirilmesi, hayat standardının ve kalitesinin yükseltilmesi, gibi olumlu ekonomik etkileri vardır.

Turizmin asıl ekonomik önemi; turistlerin varış yerinde yaptıkları harcamalar yoluyla, ülkeye ve bölge halkına ekonomik katkı sağlamalarıdır.

Turizm sektörünün gelişmesi, sosya-ekonomik kalkınmaya olumlu yönden katkı sağlamaktadır. Turizm sektörü, bölgelerin sahip oldukları turizm arz kaynaklarını etkin bir şekilde kullanarak, bölgesel bir kalkınmanın sağlanması konusunda önemli bir yere sahiptir. Turizm sektörü, Ulusal ve uluslararası bir sektör olduğu için yapılan turizm faaliyetleri sonucunda ülkeye döviz akışı sağlayarak, döviz gelirlerini artırıcı, dolayısıyla dış açığı kapatmada önemli bir araçtır.

Turizm sektörünün gelişmesi aynı zamanda bu sektör ile ilgili olan diğer sektörlerinde de gelişmesi demektir. Sektörlerin gelişmesi ise bölgenin kalkınmasını hızlandırmaktadır. Kalkınmanın gerçekleşme hızı bölgenin sahip olduğu turist arz verilerinin etkin bir şekilde kullanılmasına ve turizm sektörünün bölgenin kalkınması için öncelikli sektör haline getirilmesi ile mümkündür.

Bir bölgedeki turizmin ortaya çıkışı, diğer bölgelerde kazanılmış gelirlerin turizm bölgesine aktarılmasına yol açarak ülkede ve uluslararası düzeyde gelirin yeniden dağılımında etkili olacaktır. Bu süreç bölgelerarası dengesizliği giderici olabileceği gibi sosyal adalet ilkesinin de aktarılmasını sağlayacaktır. Turizmin gelişmesi sonucunda bölgede iç göçler turizm nedeniyle azalacaktır.

Turizmin, ülke ekonomisi üzerinde ortaya çıkaracağı bölgesel enflasyon, yabancı işgücü, ithalat, kamu hizmetlerindeki artış, yabancı sermaye, teknolojik transfer etkisi gibi olumsuz etkileri de olabilmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde turizm piyasasında sorunlar yaşansa da, turizm kalkınma seçeneği olarak değerlendirilmektedir.

Sanayileşme imkanına sahip olmayan bölgelerin gelişmesi ve kalkınması, bölgelerin sahip olduğu turistik arz olanaklarının değerlendirilmesi ile mümkündür.

KAYNAKÇA

Bahar O., Kozak M. (2006), Turizm Ekonomisi, Ankara: Detay Yayıncılık.

Bulut, E., (2014). Analiz İktisat, Genişletilmiş 5. Baskı, s. Ankara.

Çeken, H., (2003). Küreselleşme, Yabancı Sermaye ve Türkiye Turizmi, Değişim Yayıncılık, Sakarya.

Çeken, H., (2008). Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi (C.X ,S II, 2008).

ÇETİNER, E. (1998) "Turizmde Bölgesel Kalkınma, Verimlilik ve Kaynakların Etkin Kullanımı" 1. Turizm Şurası, Turizm Banklığı, Ankara.

Ecaral T. Ö. (2005), "Bölgesel/Yerel Ekonomik Kalkınma Kuramlarının Tarihsel Süreç Đçerisindeki Gelişimleri", Ekonomik Yaklaşım, Cilt 16, Sayı 55: 89–106.

İçöz, O. (2005). Turizm Ekonomisi, 3. Baskı, Ankara: Turhan Kitapevi Yayınları.

İşgüden, T. (1982), Makro İktisat, Bilim ve Teknik Kitabevi, İstanbul.

Kaynak M. (2003), "Kalkınma Đktisadının Kilometre Tasları ve Teknoloji", Ekonomik Yaklasım, Cilt 14, Sayı 49: 12–43.

Kızılgöl, Ö. ve Erbaykal, E. (2008). Türkiye'de Turizm Gelirleri İle Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.13, S.2 s.351-360.

Olalı, H. ve Timur A., (1998) Turizm Ekonomisi, Ofis Ticaret Matbaacılık Şti. İzmir.

Oktayer, N., Susam, N. ve Çak, M. (2007), Türkiye'de Turizm Ekonomisi, İTO Yayın No: 2007-69, İstanbul.

Özen, F., (2017). Türkiye'de Turizm Sektörünün İktisadi Büyüme Üzerindeki Etkisi. ECONDER International Academic Journal Cilt / Vol: 1, Sayı/Issue: 2, Sayfa: 96-110. (17.07.2018) http://dergipark.gov.tr/download/article-file/400998

Uçkun, S., (2004). İşletme ve işletme Türleri, Turizm işletmeleri, Değişim Yayınları, İstanbul.

Tavmergen, İ.P., (1998). Turizmin Ekonomiye Olumlu Etkileri Ve Türkiye Örneği, Hazine Dergisi, 12, 53-66.

Tuna, Y. ve Yumuşak, Ġ.G. (2002),"Kalkınmışlık Göstergesi Olarak Beşeri Kalkınma İndeksi ve Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme", İktisat Fakültesi Mecmuası, 52(1), 1-26.

https://dergiler.sgb.gov.tr/calismalar/maliye_dergisi/yayinlar/md/165/165-12.pdf

Yağcı Ö., (2003). Turizm Ekonomisi, Detay Yay. Ankara.

Yıldız, Z., (2011). Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, C.3, S.5. s.54-71

Zengin, B. (2010), Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel ve Moneter Etkileri, Akademik İncelemeler Dergisi Cilt:5 Sayı:1.

Yalçın, A. ve Yalçın, S., (2013). Sürdürülebilir Yerel Kalkınma İçin Cittaslow Hareketi Bir Model Olabilir Mi? Sosyal Ve Beşeri Bilimler Dergisi Cilt 5, No 1, 2013 ISSN: 1309-8012 (Online). (24.07.2018). http://dergipark.ulakbim.gov.tr/sobiadsbd/article/view/5000137104/5000126074

Yarcan Ş. (1998), Turizm Endüstrisinin Yapısı, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayını.

Türkiye İstatistik Kurumu, Haber Bülteni, Sayı: 27612, 31.Ocak.2018 http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27612 (17.07.2018).

Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim Sağlama Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma

Öğr. Gör. Hüseyin ÇAKIRLAR[1] **Doç. Dr. Nevin ALTUĞ[2]**

[1]Trakya Üniversitesi, Keşan Yusuf Çapraz Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası Ticaret Bölümü, huseyin.cakirlar@gmail.com

[2]Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, naltug2002@yahoo.com

Özet: Son yılarda iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde tüketiciler kullandıkları ürün veya hizmetlerle ilgili düşüncelerini kolaylıkla diğer tüketicilerle paylaşma imkanına sahip olmuşlardır. Geleneksel anlamda tüketicilerin ürün ve hizmetler hakkındaki düşüncelerini birbirleriyle paylaşmaları ağızdan ağıza iletişim (Word of Mouth - WOM) olarak adlandırılırken bu bilgi paylaşımının elektronik platformlar aracılığıyla yapılmasına ise elektronik ağızdan ağıza iletişim (E-Word-of-Mouth- EWOM) denmektedir. Tüketiciler, şirketler tarafından verilen bilgilerin yanıltıcı olabileceği şüphesi ve diğer tüketicilerin daha güvenilir bilgiler vereceği inancıyla elektronik platformlarda paylaşılan bilgilere daha fazla güvenme eğilimi göstermektedirler. Çeşitli elektronik platformlarda yorumlarda bulunan tüketiciler ise farklı motivasyonlarla, yaşadıkları olumlu veya olumsuz deneyimleri diğer tüketicilerle paylaşmaktadırlar.

Bu çalışmada tüketicileri elektronik platformlarda yorum yazmaya yönlendiren motivasyonların neler olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda oluşturulan anket formu 531 tüketiciye elektronik ortamda ve yüz yüze olarak uygulanmıştır. Elde edilen verilere faktör analizi yapılarak tüketicilerin hangi motivasyonlar ile yorum yazma davranışında bulunduğu belirlenmiştir. Ortaya çıkan sonuçlara göre tüketiciler, diğer tüketicileri düşünme, kendini geliştirme, platform yardımı, Şirkete yardımcı olma, sosyal ve ekonomik fayda ve olumsuz duyguları açığa vurma motivasyonları ile elektronik platformlarda yorum yazma davranışında bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ağızdan Ağıza İletişim, Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim, E-WOM

1. GİRİŞ

Toplumsal bir varlık olarak nitelendirilen insanın en büyük özelliklerinin başında birlikte yaşama ve diğerleriyle iletişim kurma güdüsü gelmektedir. İnsanoğlu ihtiyaçlarını karşılayabilmek ve hayatta kalabilmek amacıyla zaman içerisinde iletişim kurma becerisini geliştirmiş, doğayla olan mücadelesinde toplu hareket etmenin avantajlarını görmüştür. İlkel toplumlardan günümüze gelene kadar insanoğlu, bazen zorunluluktan bazen de sosyalleşme ihtiyacından dolayı iletişim konusunda çok fazla yol almış yeni araçlar, yeni yöntemler geliştirmiştir. Amaçların, araçların ve yöntemlerin değişmesine rağmen değişmeyen tek şey iletişimin kendisi olmuştur. Konu pazarlama açısından değerlendirildiğinde de benzer sonuçların olduğu görülmektedir. İşletmeler daha fazla ürün satmak, müşteri bağımlılığı yaratmak v.b. nedenlerle iletişimin gücünden yararlanmak istemektedirler. Tüketiciler de kendileri için en doğru olanı satın almak için diğer tüketicilerle iletişim kurma yoluna gitmektedirler. Tüketiciler özellikle yakın çevrelerinde bulunan insanlarla satın aldıkları ürün ve hizmetlerle ilgili olumlu veya olumsuz görüşlerini paylaşmaktadırlar. Önceleri aile ve yakın arkadaşlar arasında olan bu diyaloglar zamanla teknolojinin getirdiği kolaylıklar sayesinde çok daha geniş kitlelere yayılmıştır.

Tüketiciler yemek yedikleri restorandan kullandıkları otomobile kadar çok geniş bir ürün yelpazesinde yorum yapabilmektedirler, böylelikle sahip oldukları bilgi ve deneyimlerini diğer tüketicilere aktararak onların doğru bir alışveriş yapmalarına yardımcı olmaktadırlar. Bu durum sadece satın alma öncesi araştırma yapan tüketiciler için değil aynı zamanda ürünü satın aldıktan sonra onun kullanımıyla ilgili bilgi arayan tüketiciler için de faydalı bir uygulama olarak dikkat çekmektedir. Tüketiciler tarafından aktarılan bilgilerin ve ürünler hakkındaki yorumların pozitif olması işletmelere de büyük ölçüde katkı sağlamaktadır. Bu sayede işletmeler hiçbir masrafa katlanmadan ürünlerinin piyasada bilinirliliğini arttırmaktadırlar. Son yıllarda piyasada var olan ürün ve marka çeşitliliği artmış, ürünlerin yaşam seyri kısalmış ve rekabet çok ciddi boyutlara ulaşmıştır. Tüketicilerin de tercih yapma konusunda oldukça zor duruma düştükleri ve bu karmaşık yapıdan en kolay ve en karlı şekilde çıkmak istedikleri bilinmektedir. Zamanın giderek daha da önemli hale geldiği günümüzde tüketiciler ihtiyaçlarının önemli bir bölümünü internet üzerinden elektronik ticaret yaparak karşılamaktadırlar. E- ticaret sayesinde tüketiciler zaman ve mekan kısıtı olmadan rahatlıkla alışveriş yapabilme imkanına sahip olmakta, daha fazla ürün ve markaya ulaşabilmekte, ürünler arasında kolaylıkla kıyaslama imkanı bulmakta ve tüm bunları daha ucuza yapabilmektedir. Teknolojinin toplumsal yaşam üzerindeki etkilerinden en önemlilerinden biri de ticaret üzerinde olmaktadır. Teknoloji sayesinde klasik ticaret anlayışı değişime uğramış satıcı ve alıcının bir araya gelmesi zorunluluğu ortadan kalkmıştır. Bankacılık sistemlerimdeki teknolojik gelişmeler sayesinde yeni ve

güvenli ödeme yöntemleri kullanılmaya başlanmış ve tüketicilerin endişeleri giderilmiştir. Taşıma sistemlerindeki gelişmeler sayesinde taşıma maliyetleri düşmüş ve hız artmıştır. Küreselleşmenin etkisiyle dünya ticaretindeki engeller ve prosedürler azaltılmış, mal hareketliliği hız kazanmıştır. Yaşanan tüm bu değişimlerin paralelinde dünya çapında büyük bir bilgi akışı söz konusu olmakta ve insanlar bilgi bombardımanına maruz kalmaktadır. Tüketiciler de bu karmaşa içerisinde zarar görmemek adına bir nevi kendi aralarında bir iletişim ağı kurarak güvenilir bilgi elde etmek amacıyla elektronik ağızdan ağıza iletişim gerçekleştirmektedirler.

2. AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİM

Günümüz dünyasında pazarda yer alan ürün sayısının fazlalığı, tüketicilerin karşı karşıya kaldıkları yoğun bilgi miktarı ve buna karşın zamanın sınırlı olması tüketicileri satın alacakları ürünler hakkında araştırma yapmalarını güç hale getirmektedir. Bu güçlük karşısında tüketiciler kısa yoldan doğru bilgiye ulaşmak için ticari olmayan bilgi kaynaklarına ulaşmak istemektedirler. Bu bağlamda, satın alma kararı vermeden önce tüketicilerin başvurdukları kaynakların başında ağızdan ağıza iletişim gelmektedir (Özaslan ve Uygur, 2014: 71).

Tüketiciler için iki olası bilgi kaynağı vardır: Birincisi satıcılar tarafından oluşturulan ürünün özelliklerine ait bilgiler, ikincisi ise eğer varsa tüketiciler tarafından ürün incelemeleri sonucunda oluşturulan yorumlardır. Satıcının itibarından dolayı satıcı tarafından verilen ürünün özelliklerine ait bilgilerin doğru olduğunu varsaymaktayız. Bu noktada internet aracılığıyla bilgi toplamanın ve dağıtmanın sağladığı maliyet avantajı düşünüldüğünde satıcının bilgi sağlama maliyetinin sıfır olduğu varsayılmaktadır (Chen ve Xie, 2004: 482).

Neredeyse insanlık tarihi kadar eski bir geçmişe sahip olan ağızdan ağıza iletişim, bilgi arama ve paylaşma, deneyimleri aktarma, tavsiye alma ve verme gibi ihtiyaçları giderme süreci olarak ifade edilmektedir (Cheung ve Lee, 2012: 219). Ticari kaygı güdülmeden gerçekleştirilen bu iletişim tarzı, özellikle hizmet sektöründe bilgi edinme konusunda en etkili yöntemlerden biri olarak dikkat çekmektedir (East vd., 2007:175-184).

Bu alanda çalışma yapan ilk araştırmacılardan olan Arndt (1967)'a göre ağızdan ağıza iletişim: "Ticari bir amaç gütmeden bir marka, ürün veya hizmetle ilgilenen iki veya daha fazla sayıdaki tüketici arasında meydana gelen sözel iletişim şekli" dir (Arndt, 1967: 291).

Silverman (1997) tarafından yapılan başka bir tanımda ise "Ürün ve hizmet üreten işletmelerden bağımsız olarak, insanların ürün ve hizmetlerle ilgili yaptıkları resmi olmayan konuşmalar" olarak ifade edilmektedir (Silverman, 1997: 33).

Literatürde Word Of Mouth Marketing (WOMM) olarak da karşımıza çıkan bu ifadenin temelinde iletişim bulunmaktadır. Buradaki iletişim kavramı kişiler arasında düşüncelerin paylaşıldığı, özellikle ürünler, hizmetler ve markalar hakkında konuşulduğu bir ortamı ifade etmektedir (Lam ve Mizerski, 2005: 217).

Hennig-Thurau v.d. (2004)' ne göre tüketiciler "bir ürünü daha iyi anlamak, kullanmak, işletmek, değiştirmek ve/veya onarma yetenekleri" elde etmek için diğer bireylerle bilgi değişimine başvurabilirler. Buna ek olarak daha fazla bilgi edinmek, satın aldıkları ürün veya hizmetleri değerlendirmek ve kendi deneyimlerini paylaşmak için de bilgi değişiminde bulunulmaktadır (Sreenivasan v.d, 2012: 22).

2.1. Ağızdan Ağıza İletişim Türleri

Ağızdan ağıza iletişim kavramıyla ilgili olarak yapılan çalışmalar incelendiğinde bu iletişim türünün tüketiciler tarafından diğer iletişim türlerine göre daha güvenilir bulunduğu ve bu yüzden karar vermelerinde etkili olduğu görülmektedir. Ayrıca ağızdan ağıza iletişimin olumlu veya olumsuz bilgilerin aktarıldığı resmi olmayan bir iletişim türü olduğu anlaşılmaktadır (Türker, 2014:154). Yapılan araştırmalardan elde edilen sonuçlara göre tüketiciler, kullandıkları ürün veya hizmetler hakkında oluşan algıları doğrultusunda olumlu veya olumsuz bilgi paylaşımında bulunma eğilimi göstermektedirler (Özaslan ve Uygur,2014: 73).

2.1.1. Olumlu Ağızdan Ağıza İletişim

Olumlu ağızdan ağıza iletişimin temelinde tüketicilerin kullandıkları ürün veya hizmeti kaliteli ve değerli olarak görmeleri yatmaktadır. İşletmeler açısından değerlendirildiğinde tüketiciler ile kurulan olumlu ilişkiler sayesinde bu müşteriler işletme için güvenilir birer marka elçisine dönüşerek marka imajının yükselmesine katkı sağlamaktadırlar (Kutluk ve Avcıkurt, 2014: 615). İşletmelerin, ürettikleri ürün veya hizmetlerle ilgili olarak arzu

ettikleri bilgilerin tüketiciler tarafından başkalarına aktarılmasıyla olumlu ağızdan ağıza iletişim gerçekleşmektedir. Bunu sağlamanın bir diğer yolu da insanların satın aldıkları ürün ve hizmetlerle ilgili olumlu deneyimleri hakkında konuşmaktan hoşlanmalarıdır (Goodman, 2005: 61).

Tüketicilerin satın alma kararı vermeden önce ağızdan ağıza pazarlamadan ne ölçüde etkilendikleri ile ilgili olarak Business Week'te yayınlanan bir araştırmaya göre, tüketicilerin % 69'u restoran seçimi, % 36'sı bilgisayar yazılım ve donanımı, % 24'ü elektronik eşya, % 22'si seyahat, % 18'i otomobil ve % 9'u finansal hizmetler konularında olumlu ağızdan ağıza iletişimden etkilenmektedir. Kullandığı üründen memnun kalan tüketicilerin bu ürünle ilgili deneyimlerini 3-5 kişiye aktardığı görülürken, memnuniyetsiz bir müşterinin ise daha fazla sayıda kişiye aktardığı görülmektedir (Kılıçer ve Öztürk, 2012: 26).

2.1.2. Olumsuz Ağızdan Ağıza İletişim

Kullandıkları ürün veya hizmetten memnuniyet duymayan tüketicilerin yaşadıkları olumsuz durumu çok daha fazla kişiyle paylaşma eğiliminde olduğu bilinmektedir. Bu da bize olumsuz ağızdan ağıza iletişimimin olumlu ağızdan ağıza iletişime göre daha etkili olduğunu göstermektedir. İşletmeler açısından bakıldığında memnun kalmamış bir müşteriyi geri kazanmanın maliyeti yeni müşteri kazanmaktan daha yüksek olduğundan bu konu büyük önem taşımaktadır. Bu riskten korunmak amacıyla işletmeler müşteri şikayetlerini izleyebilmek amacıyla ücretsiz şikayet hatları kurmaktadırlar (Odabaşı ve Oyman, 2002:29).

Satın aldıkları ürün veya hizmetten memnun kalmayan tüketicilerin yapacağı birkaç eylem bulunmaktadır. Bunlar: Şikayet etmek, başka bir markayı kullanmaya başlamak ve yaşadıkları olumsuzluğu diğer kullanıcılarla paylaşmaktır (Zeelenberg ve Pieters, 1999: 89).

3. ELEKTRONİK AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİM KAVRAMI

Elektronik ağızdan ağıza iletişim, kullanıcıların olumlu ve olumsuz deneyimlerini paylaşmaları sonucu oluşan ticari nitelik taşımayan bir kaynaktır. Dijital ortamlarda bilgi paylaşan insanların birçoğu genellikle bir ürün veya hizmet hakkında tecrübeye sahip tüketicilerdir. Diğer grup ise ürünler hakkında daha fazla bilgiye ulaşmak isteyenlerden oluşmaktadır. Elektronik ağızdan ağıza iletişim sayesinde son yıllarda tüketiciler deneyimlerini hızlı ve basit bir şekilde diğer insanlarla paylaşma imkanına sahiptirler (Park ve Kim, 2008: 400).

Zamanla ortaya çıkan yeni teknolojiler sayesinde ağızdan ağıza iletişim kavramı da değişikliğe uğramıştır. Henning-Thurau vd. (2004) elektronik ağızdan ağıza iletişimi "*potansiyel, mevcut veya önceki müşteriler tarafından bir ürün veya şirket hakkında internet üzerindeki topluluklarda ve insan gruplarında yapılmış olan bütün olumlu ve olumsuz yorumlar*" olarak tanımlamaktadır (Henning-Thurau vd., 2004: 39).

Elektronik ağızdan ağıza iletişim "*belirli bir ürünün nitelikleri ya da kullanımıyla ilgili olarak tüketiciler arasında internet tabanlı teknoloji ile gerçekleştirilen resmi olmayan tüm iletişimler*" olarak ifade edilmektedir (Jeong ve Jang, 2011: 357).

İnternet merkezli iletişim ağının bu denli gelişmediği dönemlerde insanlar satın alacakları ürün veya hizmetlerle ilgili yakın çevrelerindeki insanlarla görüşerek onlardan bilgi alma yoluna giderlerdi ve bu da geleneksel anlamda ağızdan ağıza iletişim olarak adlandırılmaktaydı. Ancak internet teknolojisindeki gelişmelerle birlikte tüketicilerin kişisel yorumları sanal ortamlarda yayılmaya başlamıştır (Pollach, 2006: 1). Zaman içerisinde geleneksel ağızdan ağıza iletişim evrim geçirerek tüketicilerin tartışma forumlarında, haber gruplarında, sosyal ağlarda ve değerlendirme sitelerinde bilgi paylaşımında bulundukları bir yapıya bürünmüştür. İnternetin tüketicilere hızlı ve kolay bir şekilde bilgiye ulaşma imkanı sağlamasıyla birlikte bu alanlar giderek daha da gelişmektedir (Hennig-Thurau ve Walsh, 2004: 52).

Önceleri çok dar bir çevre ile sınırlı olan ağızdan ağıza iletişim kavramı internetim kullanılmasıyla birlikte ortaya çıkan online platformlar aracılığıyla coğrafi ve kültürel açıdan birbirinden çok uzak insanları dahi ulaşılabilir kılmıştır (Cheung ve Lee, 2012:218). İnternet kullanımının yaygınlaşması ağızdan ağıza pazarlamanın geleneksel ortamlardan sıyrılarak sanal ortamlara kaymasına yol açmıştır. Tüketicilerin bilgiye ulaşma süreci artık saniyelerle ölçülebilir hale gelmiş ve pazarlamanın değeri daha da artmıştır. Tüketicilerin e mail, mesaj, blog, sosyal ağ vb. iletişim araçlarında kolaylıkla paylaşımda bulunabilmeleri sayesinde "word-of-mouth" kavramı "word-of-mouse" olarak değişim göstermiştir (Leblebicioğlu ve Ünsalan, 2015: 67). Başka bir deyişle internetin gelişmesi ile ağızdan ağıza iletişim biçim değiştirmiş ve dijital hale gelmiştir (Litvin vd., 2008: 458).

Genel itibariyle internet üzerinden gerçekleştirilen ağızdan ağıza iletişim faaliyetlerinde farklı olay, ürün, hizmet ya da markalarla ilgili yorumlar paylaşılmaktadır. Yapılan araştırmalar internet aracılığıyla iletişim sağlayan insanların yüz yüze iletişim kuranlara kıyasla daha açık, daha kaygısız, daha serbest olduğunu ve daha az çekingenlik sergilediğini göstermektedir (Sun vd., 2006: 1106).

4. ELEKTRONİK AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMA SAĞLAMA MOTİVASYONLARI

Pazarlamacılar açısından gittikçe önemi artan, kulaktan kulağa iletişim ya da başka bir deyişle fısıltı pazarlaması olarak adlandırılan kavram tüketicilerin ürün ya da hizmetleri satın alma kararlarında son derece önemli bir etkiye sahiptir (Bush, Bush, Clark ve Bush, 2005: 257). Elektronik ağızdan ağıza iletişim tüketicilerin tutum ve davranışlarının değişmesinde özellikle de bilgi arama ve değerlendirmede önemli bir etkiye sahiptir. Bunun yanı sıra satın alma kararı sonrası oluşan sosyal ve psikolojik durum da ortaya konmaktadır (Sarıışık ve Özbay, 2012:3).

Elektronik ağızdan ağıza iletişim ile geleneksel ağızdan ağıza iletişimi karşılaştırdığımızda birçok ortak nokta olduğu gibi bazı açılardan elektronik ağızdan ağıza iletişimin daha üstün olduğu görülmektedir. Bu noktalar hız, kolaylık, çok kişiye ulaşabilme imkanı ve yüz yüze iletişimin doğurduğu baskının olmamasıdır. Buna ek olarak elektronik iletişimde bulunan kişilerin daha az baskı hissettikleri, daha az sosyal kaygı duydukları ve daha az öz farkındalık sergiledikleri görülmektedir. Elektronik ağızdan ağıza iletişimi kullanan kişilerin kişisel bilgilerinin paylaşımı konusunda daha istekli oldukları görülmektedir (Akdoğan ve Akyol, 2016:121).

4.1. Olumsuz Duyguları Açığa Vurma

Elektronik ağızdan ağıza pazarlama ürün veya hizmetlerle ilgili bir paylaşım platformu olduğundan dolayı buralarda olumlu veya olumsuz görüşler belirtilmektedir. Olumlu ve olumsuz paylaşımlar arasında yarattığı etki bakımından oldukça büyük ayrımlar söz konusudur. Genellikle olumlu tüketici yorumları ürün ya da hizmetlerle ilgili satın alma önerileri ya da pozitif tecrübelerin paylaşımı şeklinde olurken, olumsuz yorumlar ise bunun tam tersi olarak yaşanan memnuniyetsizliklerin paylaşımı şeklinde olmaktadır. Elektronik ağızdan ağıza pazarlamanın yapıldığı platformları ziyaret eden tüketiciler genellikle olumsuz yorumlara daha fazla önem göstermektedir. Bunun sebebi olarak da olumsuz yorumların olumlu veya tarafsız yorumlara kıyasla daha fazla bilgi verici ve ikna edici özellikte olduğu gösterilmektedir (Sachse ve Mangold, 2011: 38). Bu sebeple işletmelerin olumsuz yorumları daha derinden inceleyerek tüketicilerin rahatsız olduğu konulara çözüm bulmaları gerekmektedir.

Olumsuz duyguları açığa vurma motivasyonu daha çok yapılan alışverişten duyulan memnuniyetsizlikle alakalıdır. Gerek geleneksel ağızdan ağıza iletişimde gerekse elektronik ağızdan ağıza iletişimde tüketiciler yaşadıkları hayal kırıklıkları ve kızgınlıklarından kurtulmak ve işletmeden intikam almak için ürün, marka ya da işletmeler hakkında olumsuz yorumlarda bulunma eğilimi göstermektedirler (Hennig-Thurau vd., 2004: 44).

Dijital platformlarda paylaşılan yorumlar, farklı zamanlarda farklı insanlar tarafından ulaşılabilir ve birbirinden çok farklı insanların yorumları bir arada toplanabilir durumdadır bu yüzden de elektronik ağızdan ağıza iletişim kitlesel bir iletişim biçimi olarak görülmektedir (Özbay ve Sarıışık, 2013:5). Son yıllarda bloglar ve tartışma siteleri tüketicilerin satın aldıkları ürünlerle ilgili yaşadıkları bozulma, yırtılma vb. sorunları paylaştıkları ortamlar haline gelmiştir. Genellikle tüketiciler yaşadıkları olumsuz bir deneyim ile ilgili olarak işletmeye şikayette bulunduklarında ve bu şikayetlerine çözüm getirilmediğinde yaşadıkları bu acı tecrübeyi diğer insanlarla paylaşarak işletme ile hesaplaştığını düşünmektedir. Benzer şekilde sosyal medya da tüketicilere bu konuda yardımcı olmaktadır. Aldığı bir kıyafetin ilk yıkamada solduğunu gören bir tüketici bu konuyla ilgili tweet atar ve tüm takipçileri bu durumdan haberdar olur, Facebook profilinde paylaşır ve tüm arkadaşları görür ve yazılanları beğenenlerin arkadaşları da bu paylaşımı görmüş olur ve bir virüs gibi kısa sürede geniş kitlelere yayılır (Dapiapis, 2016:179).

4.2. Diğer Tüketicileri Düşünme

Öncelikle Engel vd. (1993) tarafından yapılan çalışmada kullanılan diğer tüketicileri düşünme motivasyonunun, online platformlarda da kendine karşılık bularak elektronik ağızdan ağıza iletişimde kullanıldığı görülmektedir. Bir ürün veya işletmeye karşı olumlu ya da olumsuz yorumları içerebilen bu motivasyonun temelinde, satın alma kararları sırasında diğer tüketicilere yardımcı olarak onları korumak yatmaktadır.

Tüketicilerin olumsuz bilgilerden daha fazla etkilendikleri bilinmektedir buna karşın özellikle sayısal verilerle desteklenmiş bilgiler tüketicideki güven duygusunu arttırmakta ve riskleri en aza indirmektedir (Jeong ve Jang, 2011: 357).

4.3. Kendini Geliştirme

Tüketiciler yaptıkları alışverişlerle ilgili olarak kendi imajlarını yükseltmek amacıyla, yaşadıkları olumlu tecrübelerini elektronik ağızdan ağıza iletişim sayesinde diğer insanlarla paylaşarak kendilerini bu konuda uzman olarak gösterme eğilimindedirler. Kişinin yaptığı yorumların diğer tüketiciler tarafından okunması, onun uzman olduğuna işaret etmekte ve kişinin sosyal statü kazanmasına olanak tanımaktadır (Hennig-Thurau vd., 2004: 43).

4.3. Sosyal Faydalar

Tüketiciler elektronik ağızdan ağıza iletişim aracılığıyla paylaştıkları yorumlar sayesinde online topluluklarda taraf olmaktadırlar. Herhangi bir online topluluğa üye olarak birey kendini oraya ait hissetmekte, özdeşleşme ve sosyal birleşme sayesinde sosyal fayda sağlanmaktadır (Hennig-Thurau vd., 2004: 42).

4.4. Ekonomik Teşvikler

İşletmelerin internet üzerinden yorum yapan tüketicilere birtakım puan veya kupon gibi maddi kazanç sağlayan hediyeler vermesi tüketicileri elektronik ortamlarda yorum yapmaya yönelten sebepler arasında yer almaktadır. Verilen bu puan veya kuponlar sayesinde tüketicilerin sanal topluluklara katılması sağlanmakta ve sitenin değeri arttırılmaktadır (Hennig-Thurau vd., 2004: 43).

4.5. Firmaya Yardım Etme

Tüketicilerin satın alma sonrası olumlu ya da olumsuz düşüncelerini diğer tüketicilerle paylaşma davranışından oluşan ağızdan ağıza iletişimin temelinde tüketicinin memnuniyet düzeyi yatmaktadır. Bundan dolayı müşterilerin işletmeye karşı olan memnuniyet ya da memnuniyetsizliklerini diğer insanlarla paylaşmaları işletmeler açısından son drece önemlidir (Yıldız ve Tehci, 2014: 444). Tüketiciler memnun kaldıkları bir ürün ya da yapılan kaliteli bir iş sonrasında bunu üreten ya da satan işletmenin olumlu ağızdan ağıza iletişim ile ödüllendirilmesi gerektiğini düşünmekte ve bu işletmeye karşı bağlılık göstermektedir (Cheung vd., 2007: 236).

4.6. Tavsiye Arama

Online topluluklar sayesinde tüketiciler diğer tüketiciler tarafından yazılan yorumları okuyabilir ve bunun sonucunda kendileri de yorum yazma konusunda motive olabilir. Tüketiciler ürünlerle ilgili yaşadıkları sorunları online platformlarda paylaşarak diğer tüketicilerden bu konuyla ilgili çözüm beklemektedirler. Yaşanılan sorunlarla ilgili yorum yazılması sadece diğer yorumları okumaktan daha yararlı olmaktadır çünkü bu sayede tüketiciler daha faydalı bilgilere ulaşmaktadırlar. Tavsiye arama güdüsü daha çok ürünü anlama, kullanma, tamir etme, yenileme konularıyla ilişkilidir (Hennig-Thurau vd., 2004: 43). Günümüzde internetten alışveriş yapan tüketicilerin birçoğunun ürünü satın almadan önce onu tecrübe eden kullanıcıların görüşlerini öğrenmek için beklediği görülmektedir (Cheung ve Lee, 2008: 2).

4.7. Platform Yardımı

Geleneksel ağızdan ağıza iletişimde tüketiciler arasında yer alan herhangi bir aracıya ihtiyaç olmamasına karşın elektronik ağızdan ağıza iletişimde online platformlara ve bunların yöneticilerine gereksinim duyulabilir. Karşılaşılan sorunların çözümü konusunda tüketiciler bu platformların yöneticilerinden destek beklemektedir. Bu sayede tüketiciler daha az risk altına girmekte ve platform yöneticilerini onlar adına hareket den avukat olarak görmektedirler (Hennig-Thurau vd., 2004: 43).

5. ARAŞTIRMA ANALİZİ VE BULGULAR

5.1. Yöntem

Araştırmada tüketicileri elektronik platformlarda yorum yapmaya yönelten motivasyon faktörlerinin neler olduğunu tespit etmek amaçlanmaktadır. Bu amaçla yapılan literatür taraması sonucunda Hennig-Thurau v.d. (2004)' nin yapmış olduğu elektronik ağızdan ağıza pazarlama motivasyonları ölçeğinin kabul görmüş bir ölçek olduğu anlaşıldığından araştırmada 27 sorudan oluşan bu ölçek kullanılmıştır. Ayrıca tüketicilerin demografik özelliklerini belirlemek amacıyla da 6 soru bulunmaktadır. Oluşturulan anket formu online platformlarda yorum yapan tüketicileri hedef almaktadır bu amaçla online olarak oluşturulan anket formu çeşitli sosyal medya platformlarında paylaşılarak tüketicilere ulaştırılmış ve toplamda 531 tüketicinin katılımı sağlanmıştır.

5.2. Verilerin Analizi

Öncelikli olarak kullanılan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik testleri yapılmıştır sonrasında ise elde edilen verilerin analizi amacıyla faktör analizi yapılmış ve değişkenler arasındaki farklılıkların belirlenmesi amacıyla bağımsız örneklem t-testi analizi kullanılmıştır.

5.2.1. Araştırmaya Katılanların Demografik özellikleri

Araştırmaya katılanların cinsiyete göre dağılımlarına bakıldığında katılımcıların %49,7'sinin kadınlardan %50,3'ünün ise erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Katılımcılar medeni durumlarına göre değerlendirildiğinde ise %55'inin bekar, %43,7'sinin evli ve %1,3'ünün ise boşanmış olduğu görülmektedir. Yaş faktörüne göre incelendiğinde ise katılımcıların %30,5 inin 18-23 yaş arasında, %25,4'ünün 24-30 yaş arasında, %30,9'unun 31-40 yaş arasında, %13,1'inin ise 41 ve daha üzeri yaşta olduğu görülmektedir.

5.2.2. E-WOM Motivasyonları Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Faktör Analizi, "değişkenler arasındaki ilişkilere dayanarak çok sayıdaki değişkeni daha az sayıdaki değişkene indirebilen çok değişkenli bir analiz tekniğidir" (İslamoğlu, 2011: 238).

Tablo-1: KMO ve Bartlett's Testi Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Uyum Testi		,903
Bartlett Testi	Yaklaşık Ki Kare	9913,363
	Serbestlik Derecesi	300
	Anlamlılık	,000

Tablo 1'de verilen faktör analizi çıktılarından KMO ve Bartlett test sonuçlarına göre elektronik ağızdan ağıza pazarlama motivasyonları değişkeninin KMO yeterlilik katsayısı 0,903 olarak bulunmuştur. Bartlett hipotez testine göre p=0,000 ile anlamlı olduğundan değişkenler arasında yüksek korelasyonlar olduğu ve e-wom motivasyonları değişkeninin faktör analizi için uygun olduğu görülmektedir.

Analiz sonucunda toplam varyansı açıklayan altı faktör bulunmuştur. Birinci faktör toplam varyansın %13,931'ini, ikinci faktör %12,760'ını, üçüncü faktör %12,652'sini, dördüncü faktör %12,560'ını, beşinci faktör %11,340'ını, altıncı faktör ise %11,042'sini açıklamaktadır. Altı faktörün toplam varyansı açıklama yüzdesi %74,284'tür. Faktör analizi sonucunda oluşan faktör yükleri dağılımı Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo-2: E-WOM Motivasyonları Ölçeğine Ait Faktör Yüklenimleri

	Component					
	1	2	3	4	5	6
İfade 13	,826					
İfade 12	,822					
İfade 11	,812					
İfade 14	,790					
İfade 16		,807				
İfade 17		,761				
İfade 15		,749				

İfade 18	,714			
İfade 27		,774		
İfade 25		,752		
İfade 26		,749		
İfade 24		,711		
İfade 2			,790	
İfade 1			,787	
İfade 3			,717	
İfade 4			,635	
İfade 6			,627	
İfade 7				,866
İfade 8				,863
İfade 10				,715
İfade 9				,628
İfade 23				,841
İfade 22				,783
İfade 21				,736
İfade 20				,664

Elektronik ağızdan ağıza pazarlama motivasyonları için oluşturulan ölçeğe ait faktör yükleri incelendiğinde ifadelerin altı faktör altında toplandığı görülmektedir. İki ifadenin birden fazla faktöre yüklenmesi sonucunda bu ifadeler analizden çıkarılarak tekrar yapılan faktör analizi sonucunda tüm ifadeler birer faktör altında toplanmıştır. Orijinal ölçekle yapılan karşılaştırma ve ifadelerin içerikleri dikkate alındığında faktörlerin isimlendirmesi: Birinci faktör: "Diğer Tüketicileri Düşünme", ikinci faktör: "Kendini Geliştirme", üçüncü faktör: "Platform Yardımı", dördüncü faktör: "Şirkete Yardımcı Olma", beşinci faktör: "Sosyal ve Ekonomik Fayda" ve altıncı faktör ise "Olumsuz Duyguları Açığa Vurma" şeklinde olmuştur.

Tablo -3: E-Wom Ölçeğinde Yer Alan Faktörlerin Güvenilirlik Analizleri

Ölçekler	**Cronbach Alfa Katsayıları (α)**
Diğer Tüketicileri Düşünme	,946
Kendini Geliştirme	,903
Platform Yardımı	,843
Şirkete Yardımcı Olma	,878
Sosyal Fayda	,845
Olumsuz Duyguları Açığa Vurma	,830

Elektronik ağızdan ağıza pazarlama sağlama motivasyonları ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucunda elde edilen altı faktörün Cronbach Alfa Katsayıları (α) tabloda yer almaktadır. Değerlerin tamamı 0,7'den büyük olduğu için ölçeklerin yüksek derecede güvenilir olduğu görülmektedir.

5.2.3. E-WOM Sağlama Motivasyonları İle Cinsiyet Değişkeni Arasındaki İlişki

Katılımcıların elektronik ağızdan ağıza pazarlama motivasyonlarına yönelik faktör puanlarının cinsiyetlerine göre farklılıklarını sınamak amacıyla bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. Yapılan test sonucu elde edilen sonuçlar tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo-4: Cinsiyete Göre T testi sonuçları

FAKTÖRLER	**CİNSİYET**	**N**	**ORTALAMA**	**t-testi**	**P Değeri**
Diğer Tüketicileri Düşünme	Kadın	264	4,01	-1,157	,24
	Erkek	267	4,11		
Kendini Geliştirme	Kadın	264	3,65	-1,493	,136
	Erkek	267	3,77		
Platform Yardımı	Kadın	264	3,50	-1,069	,286
	Erkek	267	3,59		
Şirkete Yardımcı Olma	Kadın	264	3,72	2,169	,031

	Erkek	267	3,89		
Sosyal ve Ekonomik Fayda	Kadın	264	3,65	1,142	,254
	Erkek	267	3,58		
Olumsuz Duyguları Açığa Vurma	Kadın	264	2,81	-1,177	,240
	Erkek	267	2,91		

Bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre; şirkete yardımcı olma boyutunun cinsiyete göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülürken (p=0,31, p< 0,05) diğer boyutların cinsiyete göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı görülmektedir. Şirkete yardımcı olma faktöründe erkeklerin ($\bar{x}$ = 3,89) kadınlara ($\bar{x}$ = 3,72) göre anlamlı biçimde farklılaştıkları görülmektedir.

SONUÇ

Dünya genelinde internet kullanımının artması ve internetin cep telefonları aracılığıyla mobil olarak kullanılması sayesinde insanlar vakitlerinin önemli bir bölümü internete bağlı olarak geçirmeye başlamışlardır. Bu süreci tetikleyen önemli faktörlerden biri de sosyal ağ sitelerinin yaygınlaşması ve insanların buralarda diğer insanlarla paylaşımda bulunma isteğidir. Buna ek olarak internet üzerinden yapılan alışveriş miktarında da önemli bir artış olduğu görülmektedir. Tüketiciler satıcıların internet sitelerinden ürünleri kıyaslayabilmekte ve kendilerine en uygun olanı seçme çabası göstermektedirler. Bu bağlamda online alışveriş platformlarının ve birtakım forum sitelerinin tüketicilere sağladığı en büyük avantaj, tüketicilerin buralarda ürünler hakkında yorum yapabilmesine imkan tanımasıdır. Tüketiciler satın aldıkları ürünlerle ilgili deneyimlerini diğerler tüketicilerle paylaşarak onların da bu ürünler hakkında bilgi sahibi olmasına yardımcı olmaktadırlar. Ürünlerin olumlu ve olumsuz yönlerinin tarafsız ve net bir şekilde paylaşılması, tüketicileri ürün satın almadan önce bu yorumları okumaya yönlendirmekte ve satın alma davranışlarını etkilemektedir.

Ağızdan ağıza iletişimin yüz yüze olarak değil de elektronik araçlar vasıtasıyla yapılması olarak ifade edilen elektronik ağızdan ağıza iletişim satın alma kararlarında son derece etkili bir araç olarak dikkat çekmektedir. Tüketiciler, firmaların ürünü satabilmek için kendilerine yanıltıcı bilgi verebileceğini düşünmekte ve güven problemi yaşamaktadırlar. Buna karşın ürünü kullanan tüketicilerin herhangi bir çıkarı olmadan elektronik platformlarda ürünle ilgili yorum yapması tüketicilerin gözünde daha güvenilir olarak algılanmaktadır.

Bu çalışmada tüketicileri elektronik platformlarda yorum yazmaya yönelten motivasyon faktörlerinin neler olduğunu tespit etmek amaçlanmıştır. Yapılan analizler sonucunda tüketicilerin altı farklı motivasyon ile elektronik ağızdan ağıza pazarlama yaptıkları görülmektedir. Bu motivasyonlar "Diğer Tüketicileri Düşünme", "Kendini Geliştirme", "Platform Yardımı", "Şirkete Yardımcı Olma", "Sosyal ve Ekonomik Fayda" ve "Olumsuz Duyguları Açığa Vurma" olarak belirlenmiştir. Diğer tüketicileri düşünme motivasyonu, kişinin başkalarına yardımcı olma isteği ile doğrudan ilgilidir. Ayrıca buna ek olarak tüketici eğer kullandığı üründen memnun kalmamış ve zarara uğramış ise diğer tüketicilerin de aynı problemi yaşamaması için onları uyarma ihtiyacı hissetmektedir. Kendini geliştirme motivasyonu ise tüketicilerin online platformlarda yorumlar yazarak kendilerini daha zeki ve bilgili hissetmeleri ile ilişkilidir. Platform yardımı ise daha çok, satın aldığı ürünle ilgili problem yaşayan ve internet platformlarından yardım bekleyen tüketicileri kapsamaktadır. Çok fazla sayıda tüketicinin bir arada olarak daha güçlü olacağı ve satıcılara karşı haklarını daha iyi savunacakları düşüncesine dayanmaktadır. Şirkete yardımcı olma motivasyonu ise satın aldığı ürünlerden memnuniyet duyan ve bu memnuniyetini şirkete yardımcı olarak geri ödemeyi düşünen tüketicileri içine almaktadır. İnternette şirket ve ürünleri hakkında olumlu yorumlar yazarak o şirketin daha fazla kazanç sağlamasına katkı yapmak istemektedirler. Sosyal ve ekonomik fayda boyutu ise yorum yapılan sitelerde yeni insanlarla tanışmak ve buralarda yaptıkları yorumlar için puan veya para kazanmakla ilişkilidir. Son olarak, olumsuz duyguları açığa vurma boyutu ise tüketicilerin yaşadıkları olumsuzluklardan dolayı içlerinde biriken nefreti bu gibi ortamlarda şirket hakkında olumsuz yorumlar yazarak boşaltmaları ile ilgilidir. E –wom motivasyon faktörlerinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığına bakıldığında ise sadece sadece şirkete yardımcı olma boyutunun farklılaştığı diğer boyutların cinsiyete göre farklılaşmadığı görülmektedir. Kadınların ortalaması 3,72 iken erkeklerin ortalamasının 3,89 olduğu görülmektedir.

Yapılan bu çalışma ile tüketicileri elektronik ağızdan ağıza pazarlamaya yönlendiren motivasyon faktörleri tespit edilmiştir. Çağımızın rekabet ortamında satışlarını arttırmak isteyen işletmeler için son derece önemli olan bu kavram işletmeler tarafından sağlanan bir takım imkanlarla kendi lehlerine döndürülerek uzun vadede müşteri bağımlılığı yaratmaya yardımcı olabilir. Konunun önemini kavrayan işletmeler tüketicilerin yorumlarını

yazabildikleri bloglar ve sosyal medya hesapları oluşturarak onlarla daha yakın ilişkiler kurma yoluna gitmektedir. Bu bağlamda tüketicileri yorum yapmaya yönlendiren motivasyon faktörlerinin bilinmesi işletmelere büyük avantaj sağlayarak pazarlama çalışmalarında onlara yardımcı olacaktır.

KAYNAKÇA

Akdoğan ,Ç. ve Akyol, A. (2016) "Online Tüketici Yorumlarına Ait Genel Tutum İle Ağızdan Ağıza Pazarlama Arasındaki İlişki" Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Haziran 2016 Cilt 18 Sayı 1 s:117-134.

Arndt, Johan (1967). Role of product-related conversations in the diffusion of a new product. Journal of Marketing Research, 4, 291-295.

Bush , V., Bush, A., Clark, P., & Bush, R. (2005). irl Power and Wordof Behavior in the Flourishing Sports Market. Journal of Consumer Marketing, 22(5), 257-264.

Chen, Yubo and Xie, Jinhong (2008). "Online consumer review: Word-of-mouth as a new element of marketing communication mix", Management Science, 54, (3), s:477-491.

Cheung, C. M., & Lee, M. K. (2012). What Drives Consuers to Spread Electronic Word of Mouth in Online Consuer-Opinion Platforms. Decision Support Systems, 53, s:218-225.

East, R., Hammond, K. & Wright, M. (2007). The relative incidence of positive and negative word of mouth: A multi-category study. International Journal Research in Marketing, 24(2), s: 175-184.

Goodman, J. (2005). "Treat Your Customers As Prime Media Reps", Business Week, 46 /32, s:16-17.

Hennig-Thurau, Thorsten v.d. (2004), "Electronic Word- Of- Mouth Via Consuer- Opinion Platforms: What Motives Consumers To Articulate Themselves On The Internet?", Journal of Interactive Marketing, 18 (1), 38-52.

İslamoğlu, H. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (2 ed.). İstanbul: Beta Yayınevi. (2011).

Kılıçer, T. ve Öztürk S. A. (2012). Tüketicilerin Satın Alma Kararlarında Ağızdan Ağıza İletişimin Etkisi: Eskişehir İlinde Bir Uygulama. Tüketici Yazıları III. 25-43.

Kutluk A. ve Avcıkurt C, (2014), "Ağızdan Ağıza Pazarlamanın Müşterilerin Satın Alma Karar Süreçlerine Etkisi ve Bir Uygulama: İstanbul Seyahat Acenteleri Örneği", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:7, Sayı:29, s. 615.

Lam, Desmond ve Dick, Mizerski (2005), "The Effects of Locus of Control on Word of MouthCommunication", Journal of Marketing Communications, 11 (3), 215- 228.

Leblebicioğlu B. Ve Ünsalan, M. (2015) Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlama Motivasyon Faktörlerinin Belirlenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, 14. Ulusal İşletmecilik Kongresi, 7-9 Mayıs 2015 AKSARAY, Bildiri Kitabı s:67-74.

Litvin, S. W., Goldsmith, R. E. ve Pan, B. (2008). Electronic Word-Of-Mouth In Hospitality And Tourism Management, Tourism Management, 29, 458–468.

Odabaşı, Y. ve Oyman, M. (2002). Pazarlama İletişimi Yönetimi. Eskişehir: MediaCat.

Özaslan Y. Ve Uygur, S. M. (2014) Negatif Ağızdan Ağıza İletişim (Wom) Ve Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim (E-Wom): Yiyecek-İçecek İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma, Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 28, Sayı: 3, S 69-88.

Park, D-H. & Kim, S. (2008). The Effects Of Consumer Knowledge On Message Processing Of Electronic Word-Of-Mouth Via Online Consumer Reviews, Electronic Commerce Research and Applications, 7, 399–410.

Pollach, I. (2006). Electronic Word Of Mouth: A Genre Analysis Of Product Reviews On Consumer Opinion Web Sites, Proceedings of the 39th Hawaii International Conference on System Sciences, 1-10.

Silverman, George (1997). How to harness the awesome power of word of mouth. Direct Marketing,

60, (7), 32-38.

Sreenivasan, Nirupama D. v.d. (2012), "Tweeting the Friendly Skies, Investigating Information Exchange Among Twitter Users about Airlines", Program Electronic Library and Information Systems, 46 (1), 21-42.

Sachse, S. B. & Mangold, S. (2011). Brand Equity Dilution Through Negative Online Word-Of-Mouth Communication, Journal of Retailing and Consumer Services, 18, 38–45.

Sarıışık Ve Özbay (2012) Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim Ve Turizm Endüstrisindeki Uygulamalara İlişkin Bir Yazın İncelemesi, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, Cilt 8, Sayı 16, s 1-22.

Sun, T., Seounmi, Y., Guohua , W., & Mana, K. (2006). Online Word-of-Mouth (orMouse): An Exploration of ItsAntecedents and Consequences. Journal of Computer-Mediated Communication, 11(4), 1104-1127.

Türker, G.Ö. (2014). "Tüketici Satın Alma Karar Sürecinde Ağızdan Ağıza İletişimin Rolü Ve Aai'nin Etkinlik Düzeyini Belirleyen Faktörlerin İncelenmesi", Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 17 - Sayı: 32, s:151-177.

Yıldız, S., & Tehci, A. (2014). Ağızdan Ağıza İletişimde Müşteri Tatmini ve Müşteri Sadakati ile Mağaza İmajı Boyutları: Ordu İlinde Bir Uygulama. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18(1), 441-460.

Zeelenberg, M. ve Pieters, R. (1999). On Service Delivery that Might Have Been: Behavioral Responses to Disappointment and Regret. Journal of Service Research, 2(1), 86-97.

Relationship Between Recreation, Tourism and Technology

Asst.Prof.Dr. İlke BAŞARANGİL[1]

[1]Kırklareli University, Tourism Faculty, Department of Travel Management and Tourism Guidance,
e-mail: ilkekaya33@hotmail.com

Abstract: Today, as in the rest of the world, people in our country are increasingly interested in recreation and recreational activities. Parallel to this situation, the relation of the recreation with different areas arises. These areas include art, culture, sports, games, environment, landscape, education, economy, health, tourism and technology. The aim of this study is to reveal the relation of the aimed recreation with other fields and to examine in detail the relationship between recreation, tourism and technology in recent periods. Examples of recreational technological tools in relation to recreation, tourism and technology are given. In this scope, field type scanning was performed. In line with the results of the research, various suggestions have been tried to be developed to the recreation and tourism industry marketers.

Keywords: recreation, tourism, technology

INTRODUCTION

Time is a very important concept for human beings and can be evaluated from two perspectives as working time and working time in terms of people being able to manage time. The good use of time depends on the balance of self-related causes. The simplest definition of recreation is the concept of leisure time, which is included in the non-working time. Recreation involves a lot of fun, activity in terms of meaning and scope (Sevil, 2012: 3). The concept of idle time has been reached from the first civilizations by crossing daily missions. In all civilizations, the concept of leisure has been shaped towards their culture and beliefs in order to get away from all the troubles they have been through during their lives. Today, the need for leisure time is reflected in vacationing in the old age, resting and evaluating leisure time remaining (Ağaoğlu et al., 2005 : 2). The concepts of leisure time and recreation are synonymous with some views. According to another view, the concept of leisure time evaluation refers to a kind of activity (leisure time use), recreation and action (Hazar, 2014: 21). Recreation goes on in idle time, to live the life we want to live, to do the things we want to do, to get rid of the excessive restrictions, and everything we want to be (Torkildsen, 2005: 64). Recreation is defined as voluntary participation in recreation, leisure activities that are meaningful and entertaining to the participant person. This term covers both indoor and outdoor activities and includes less physically active activities with sports and exercise. As this definition clearly shows, recreation also includes more passive sports such as a hammock drowsiness, as well as resident hobbies such as medallions and stamp collecting, as well as activities such as softball and hiking as well as zeal (Cordes, 2013:7). Recreational activities help someone to enjoy and be together with other people who are liked and liked to be together (Karaküçük & Gürbüz, 2007: 48). Recreation is to make an activity that people will feel fit and practically happy, and to make a living apart from ordinary necessities and spiritual and mental relaxation apart from these ordinary necessities (Mirzeoğlu et al., 2006). Recreation provides a psychological, sociological and physical contribution to the suffering of people from all walks of life and everywhere in the world, and from the disturbances of religion, religion, color and race (Sevil, 2012: 3). Today, recreational activities do not consist only of sports, culture, arts, activities, but are related to many fields such as health, environment, entertainment, landscape, education, economy, tourism and technology. In this study, the relationship between recreation and other areas has been tried to be revealed and the relationship between recreation, tourism and technology has been examined in depth. In the first part of the work, the concept and features of recreation were mentioned, then the relation of recreation with other fields was mentioned and then the examples of recent recreational technological tools related to the relation between recreation, tourism and technology were given. In the results and suggestions of the study, recreation and tourism industry marketers were suggested.

RECREATION CONCEPT AND FEATURES

Recreation is activities and experiences that people participate in their spare time (Kılbaş, 2010: 9; Hacıoğlu et al., 2015: 30). According to Özgüç (2003), recreation is an activity that meets important personal needs and motivations; there is a positive effect in terms of getting rid of the adverse effects of today's urban and business environment and of removing employees from distress and monotony (Wilson, 1979: 46; Talay et al.,

2010: 148). It is this activity that distinguishes recreation from other forms of entertainment (Jensen & Guthrie, 2006: 9). Employees are confronted with various physical and mental problems in intense work temposu. Therefore, the recreational activities that the employees in the workplaces participate in both to increase the quality of life outside the work and to get rid of the monotony of work are not only an economical gain for the workplaces but also the workplace image (Kesim, 2016: 131). Recreational activities provide opportunities for people of all ages to participate. Recreation requires physical, mental, spiritual, social activity. (Mirzeoğlu et al., 2006). Participation in recreational activities is a must for children and young people, as it is a voluntary participation feature for freedom. It is the activity that provides the physical and mental restoration of the time when the person is completely free except for the compulsory needs (Karaküçük & Akgül, 2016: 54; Eskier, 2017: 48).

Recreational activities can be classified based on many factors such as the place, time, number of participants. People can have recreational activities at any moment, it would be wrong to classify them clearly. However, if a classification is required, it can be classified as follows (Sevil, 2012: 17) :

- Recreation According to Participation in Activities: Classification according to the manner in which the person participates in the activity. Active recreation occurs when a person is directly involved in active participation, while passive recreation occurs when a person is in a position of spectator and audience without spending energy to perform an activity.
- Recreation by Local Classification: If recreation activity is carried out within the city limits, urban recreation is classified under rural recreation classification if it participates in activities outside the city boundaries.
- Recreation in Terms of Space: If the recreation is made outdoors, in nature, this activity is called open space recreation. However, if the activity takes place in enclosed spaces and closed by roof system, this activity is called closed space recreation.
- Recreation According to the Number of Participants: If people participate solely in activities, individual recreation will perform group recreation if they join in crowded communities.
- Functional Recreation: Activities may differ depending on the purpose of participation. While many individuals participate in recreational activities, they aim to enrich their lives by increasing their knowledge and understanding. In this context, functional recreation can be divided into sub-concepts as commercial recreation (social, aesthetic, intellectual)
- Temporal Recreation: Daily, holiday and variable recreation are activities that are timeless and free time (Sevil, 2012: 17).

RELATIONSHIP BETWEEN RECREATION AND OTHER FIELDS

It is clear today that recreation is related to many fields. The areas in which these are related are expanding and the relationship with the fields of recreation such as art, sport, culture, play, environment, landscape, education, economy, health, tourism and even technology is accelerating. Below, the relationship between recreation and each field is tried to be revealed.

Recreation and Art

Today, artistic activities are one of the activities that shape the lives of the individuals. Thanks to these artistic activities, there is a contribution to cultural development, social organization, gain a healthy life, gain democratic behavior, individual self-realization, diversity of recreational activities, individual and economy (Kılbaş, 2010: 49; Kement, 2014: 104-105). People can participate in recreational activities for artistic purposes to evaluate their free time. These activities motivate people with artistic values such as handicrafts, dance, music (Carpenter & Blandy, 2008). For individuals who do not like an active recreation, they monitor the art events and listen to famous music productions (Karaküçük, 2008: 79). According to Borton et al., (1999); Catterall & Waldorf (1999), students have achieved higher levels of success with their interaction with the arts. A study that examines the influence of art has averaged 20 points higher than its peers on the criteria of creative thinking, fluency, originality, rigor and closure resistance of students who are more involved in arts education (Torjman, 2004: 5).

Recreation and Sports

Activities suitable for all ages can be made for recreational purposes. Regardless of gender, people can participate in recreational sports. It can be done in open air or indoor lounges, with or without equipment, individually or as a team (Küçüktopuzlu et al., 2003: 39). The awareness of the effects of modern life, the still and tense environment, fatness, smoking, alcohol, etc., on human beings is causing people to change their wishes and to create new health and recreation consciousness (Hacıoğlu et al., 2015: 64). From the very beginning of human history, sports brings experiences such as meeting and communicating with different people, acquiring social roles and skills, and adapting to team games. It is thought that the sport has positive effects on personal development, personal respect, anxiety, depression, tension and stress, self-confidence (Bailey, 2006: 397). The high rate of preferring active participation in sporting activities in leisure time is due to the personal and social characteristics of the sport. Active involvement of individuals in sports recreation activities includes swimming, defense sports, football, basketball, volleyball and so on. examples can be given (Ramazanoğlu et al., 2004:177; Kement, 2014: 92). With the increasing interest in sports as a recreational event, States are turning their people to sporting activities especially in their free time. In addition, participation in sports activities, ease of work, opportunities to choose suitable for all ages and everybody can be found in sports leisure activities (İçöz, 2008: 29-33). As conscious societies that attach importance to the environment and health, who want to revive themselves and conscious their health, have developed, sports activities are becoming more important in the context of recreation (Koçan, 2007:34). Sport, as a recreational vehicle, has evidently changed the way people live and work together with industrialization, and has undertaken important functions in order to overcome the negativities of negative mental and physical activities that move to the urban and industrial environments. In addition, recreation plays a vital role in the development of learning and skills (Torjman, 2004:6; Karaküçük, 2008: 234).

Recreation and Culture

Culture is the value shared by members of a society (Akcaoğlu, 2017:3). Tourists who come to a foreign country want to know the traditional culture of that country. Participation in cultural activities is part of the leisure and leisure experience rather than the educational experience (Foley & McPherson, 2000:167). Each society has its own unique recreational cultural activities. However, with the development of the globalizing world, communication systems, these differences have begun to diminish over time. While recreation is amusing, different cultures are infused to humans (Kement, 2014:107; Hacıoğlu et al., 2015: 88). Today, the number of people participating in recreational activities to motivate themselves with festivals, visits to monumental buildings, the lifestyle of the local people, and the identity and characteristics that make up the local region are quite high. Due to these characteristics of the concept of culture, many individuals prefer recreational activities to recognize the cultures that societies possess (Uygur & Baykan, 2007: 33). Culture and recreation also provide important contributions to communities and have economic benefits (Torjman, 2004:9).

Recreation and Gaming

According to Aristotle and Plato, play was an important part of children's life. In the past, games and recreation were allowing for development. Game is the nature of mankind (Kılbaş, 2010: 31). The game has a specific role in human life, and the meaning of the game actually depends on the person. It is possible to see the game at every moment in human life. The game is important not only for children but also for adults. As people play, they become happy, they gain experiences, and the mastery of the physical and social circles develops (Torjman, 2004: 3). The game with a recreational value is sometimes confronted as a sport of every kind, sometimes as an educational game with its simple applications, sometimes as a dance, a folklore or a theater, or as a different activity based entirely on human creativity. Whether it's an unplanned and unscheduled game in the park, organized by others, recreation tends to be more organized (Torkildsen, 2005; Karaküçük; 2008: 251). Games are very important for the culture of societies. The games are moving the player out of their normal world. Games are a very important part of healthy life (Meears, 2010).

Recreation and Environment

The environment can be classified as physical environment and social environment. The area surrounding people's physical environment is called the physical environment. The parks where the recreational activities are made are the physical environment elements of the coastal margins. The social environment is the environment of people around the individual. Due to technological developments and urbanization, people tend to go towards green areas. Developing environmental awareness promotes people to nature, encourages

a variety of recreational activities that can be carried out in nature, and provides more recreational activities in the environment (Gökdeniz & Çetin, 2002 as cited in Kement, 2015: 17-20). Recreation and environmental relations, the result is more evident in people choosing to escape from monotony, boring city life and immobility, especially in outdoor recreational activities. The obligation to make recreational activities in certain areas for a short period of time in urban life, which is stuck with the growing population, disrupts the balance of nature (Karaküçük, 2008: 222; Karaçar, 2016: 37). Recreational activities, which are important from an environmental point of view, increase the quality of life of participating individuals, as well as the income-generating effect of the economy. However, if environmental awareness is not provided, these activities and people can cause harm to the environment (Kement, 2015: 19).

Recreation and Landscape Architecture

Landscape architecture is very important in terms of tourism and recreation because it is an art that organizes outdoor space in the city and in the countryside. tourist settlements spread along the coast in Turkey causes the ugly image of the tourist and recreation animation station. For this reason, aesthetic precautions must be taken through landscaping (Hazar, 2014: 30). Increasing populations of industrialized and urbanized regions have caused physical, psychological, socio-cultural problems in humans. Problems such as the inefficient use of natural resources in cities, congestion, air, water and soil pollution are increasing (Akten, 2003: 115-116). Recreational activities can be considered in two respects in terms of landscape architecture. Firstly, places where people go for hiking, historical and natural places enter the natural landscape group. Man-made places (for example, concert spaces) enter the cultural (artificial) landscape group (Kement, 2014: 129-130). According to Clay & Daniel (2000), the main focus of the natural environment in tourism and recreational context is visual or landscape quality. Visual character influences the overall quality of a recreational experience. Scenic landscapes contribute not only to the people there but also to the attractiveness of the area (Kıroğlu, 2007: 16). Landscape values of urban spaces are one of the most effective elements to support participation in recreational activities. With landscape architecture, there are solutions to issues that are closely related to recreational activities such as protection of important natural and cultural areas, provision of conservation use balance, increase of environmental quality and quality of infrastructure. On the other hand, landscape architecture is developing in a demanding region (Başar, 2006: 76; Rüzgâr, 2016: 26-27).

Recreation and Education

The identification of quality materials to be used in recreational training is very important in understanding and influencing quality life, abilities and abilities (Kılbaş, 2010: 24). There is an association between the increase in education and culture level and the participation in recreational activities and the diversification of these activities. The higher the level of education and culture in a society, the greater the diversity of participation and recreational activities in recreational activities (Ağaoğlu, 2002 as cited in Kement, 2014:117). For example, while animation teams have a good time with tourists, they also integrate with the culture of the country. Turkish folklore can be taught by making various demonstrations. Simple materials to be used in the game can be made to participate in them (Hacıoğlu vd., 2015: 87). Recreation training should be for the future as a way to meet the needs of many volunteers and leisure time, and to be trained so that they can solve leisure and cultural problems (Kılbaş, 2010: 23). People should receive recreational training to benefit individuals and communities. The recreational activities performed in the absence of recreational training remain weak. However, it is seen that, when recreational training is taken, individuals are more willing to participate in organized recreational activities than non-trained individuals (Karakullukçu, 2009: 59).

Recreation and Economy

The recreation industry includes all kinds of entertainment, tourism, sports, arts, games and similar activities and all kinds of investment and management that can carry out these activities (Karaküçük & Akgül, 2016: 90). Economically refined and leisurely people are beginning to give importance to recreational activities. With the emergence of many recreational activities, economic interaction has begun to increase day by day (Kement, 2014: 113). With the introduction of capitalism, which is the dominant economic system today, leisure time and recreation are regarded as material and spiritual consumption areas for the self to renew itself and to reach the motivation to work again. Participation in today's leisure and recreational activities, annual leave, summer holidays, weekend breaks, work outs etc. as well as recreational activities such as cinema, theater, picnic and sports (Kaya & Karaküçük, 2016: 71). Recreational activities are advanced in terms of diversity and participation in economically and socially developed countries and high income-level populations. The demand for recreational activities is directly related to the income of the community. Moreover, high income level

individuals are contributing more to the economy by participating in activities that require more expenditure (Hacıoğlu et al., 2015: 56-57).

Recreation and Health

Recreational activities enable individuals to spend their free time in a positive and beneficial way, while also allowing them to lead a healthy life at the same time (Kement, 2014: 120). It has many health effects such as walking, weight control, controlling blood pressure, cholesterol, depression, prolonging the life span, lowering the stress level, strengthening the muscles. People are now regularly taking part in recreational activities to stay healthy and stay healthy (Godbey, 2009: 5). Being conscious of people being healthy and treating their illnesses increases their participation in leisure time and recreational activities to take advantage of their health-related functions in the recreation. Healthy people and therapeutic people tend to recreational activities (Hazar, 2014: 65). Recreational physical activity has also been found to have a significant effect on the growth and maturation of children and young people. There is also a positive correlation between physical activity and increased muscle strength, bone density and mass, motor sport and aerobic capacity. Physical activity can control childhood obesity, reduce blood pressure, and improve overall health and growth. Much of leisure time specific to therapeutic recreation is also important, even if it does not deal with the difficulties in daily life (Torjman, 2004: 3; Caldwell, 2005: 9).

Recreation, Tourism and Technology

While tourism activities constitute an important part of commercial economy, there are also free recreational activities such as commercial recreational activities (Katayev, 2015). Dictionary is literally recreation; some fun, pleasant exercises or similar ways. Recreation is selected and monitored experiences and activities (Veal, 1992). Tourism and recreation, together with the two intertwined concepts, are mainly activities carried out within leisure time. While the concepts of recreation tourism and leisure time are separate entities and functionalities, there is also a need to relate partially or intensely to each other and to evaluate the existence and interactions of their interactions (Özdemir et al., 2016: 317). The notion of tourism by AIEST is the whole of the relationships arising from temporary accommodation, by traveling out of places where people have been constantly residing, working and meeting their usual needs, and by demanding goods and services usually produced by tourism enterprises (Kozak et al., 2014: 3). Natural and human values are used as resources in recreation and tourism. Recreational areas (sports facilities, theaters, picnic areas, campsites, etc.) and organized events bring vitality to animation services. Recreational stations or businesses are creating leisure time opportunities for tourists (Hazar, 2014: 52-53).

Technology produces tools that prolong and multiply our skill. When people want to meet their practical needs, they have to produce technology due to the inadequacy of their skills (Günay, 2017: 164). Developments and innovations in mass communication technology have created communication tools such as radio, television, newspapers and magazines appealing to millions of people. These instruments now play an important role in directing certain thoughts, tendencies to emotions and diverse lifestyles (Hacıoğlu et al., 2015: 60). Thanks to technological developments, the recreation industry is also developing and therefore demand for recreational activities is increasing (Hazar, 2014: 64). Significant changes and increases have been made in both types of sports, fitness and recreational activities and materials used in the aftermath of the 1970s. It is observed that many sporting and recreational activities are offered to consumers with the increasing interest in sports fitness and recreational activities. Many activities such as snow slopes, paragliding, scuba, windsurfing, ice skating and squash have taken place in the recreation industry (Argan, 2007: 323). Today, thanks to technology, there are many technological products used in tourism activities. Tourism marketers from these products not only provide economic income but also offer recreational services to their customers. Below are a few of these advanced technological recreational toys.

Image 1: Seabob (https://www.google.com/search?q=seabob&tbm).



Seabob is the ideal entertainment tool for short distance sea diving. With the power of the engine, the user is able to move forward both in the water and on the surface of the water creating pleasurable moments.

Image 2: Underwaterscooter (https://www.google.com/search?q=seabob&tbm).



This quest for the underwater world of the mysteries has led to tremendous success achieved by the extraordinary fluctuations seen recently by sea tourism. Utilizing the growing demand for special seaside tourism, Aqua Star is welcomed by a marvelous underwater vehicle designed and developed to give the adventurous a stunning view of the underlying, close and personal. (http://trendsupdates.com/aqua-star).

Image 3: Jetovator (https://www.ahaber.com.tr/ekonomi).



The jetovator is powered by water and raises the user to 7.6 meters (https://www.ahaber.com.tr/ekonomi).

Image 4: Golf Course Hovercraft (https://www.ahaber.com.tr/ekonomi) .



The Golf Cart Hovercraft is able to overcome obstacles such as sand and water by flying 23 cm high. The speed at the clock can reach 72 km (https://www.ahaber.com.tr/ekonomi).

Image 5: Underwater plane (https://www.google.com/search?).



These tools can be used for ultra-rich entertainment purposes, for scientific research, or for filming underwater. There are five different models. The cheapest is $ 1.7 million, and the price of cars is up to $ 80 million. (http://ekohaber10.blogcu.com/).

Image 6: Dolphin (http://www.mrbozkurt.net) .



These vehicles, which have a few types, can reach a high speed for water such as 65 km /h on the surface of the water, as well as perform acrobatic movements. Two great people can travel with these wonderful tools up to 215 bikes as the engine power (http://www.mrbozkurt.net/).

CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

Recreational activities do not only consist of sports activities, but they are related to many fields such as art, culture, environment, landscape, education, entertainment, economy, health, tourism and technology. For example, play has an important place not only for children or young people but also for adult individuals. The game affects both positive and positive health both mentally and physically and is a fun, educational and creative activity in which both children and adults participate in their free time. Individuals are able to participate in sports activities that are designed for recreational purposes both passively and actively for health, socialization and recreation in their spare time. The recreational activities that are carried out physically and mentally create positive changes in the individuals.

There is also a relationship between recreation and art and culture. Individuals who are curious about the cultural identity of various nations, curious about their beliefs, lifestyles, traditions, customs or traditions of different nations are increasing their awareness and expanding their knowledge through recreational activities. Also, as the level of education increases, the desire to participate in different types of recreational activities is also increasing. Besides, recreational activities can be done in closed area as well as outdoor area. The arrangement of outdoor spaces in urban and suburban areas is very important in terms of tourism and recreation. In this respect, recreation, environment and landscape architecture are related. Thanks to the investments made to the recreation industry, produced materials and products, it also supports the economy by creating employment. As recreation is seen in these directions, it affects many areas and is closely related.

The rather important recreation issue deserves further consideration. Recreation also eliminates many negativities such as inactivity, stress, obesity, loneliness caused by metropolitan life in terms of health.

Recreational activities for tourism are found in natural areas, as well as in historical and cultural sites, or later in man-made spaces. In recent times, technological developments and products have played an important role in the tourism and recreation industry. The advancement of technology has led to the emergence of new technological recreational products. Within the recreation industry, various consumer goods include various films, digital materials, games, books and magazines, music, themed parks, outdoor equipment, ski and marine equipment, it comes. Americans have spent $ 887 billion in outdoor recreation spending. Particularly the outdoors spends $ 29,059,965,205 annually on recreational athletes' water sports equipment, accessories and equipment (Outdoor Industry Association (OIA), 2017: 18). Those who consume tourism activities consider various recreational activities to evaluate their leisure time. These recreational activities are now carried out with some technological recreational entertainment facilities, especially on the sea shores. For example, seabobs, underwaterscooters, jetawaters, hovercraft, underwater planes, dolphins and so on. technological recreational vehicles can both be rented and purchased and used for tourism purposes. Thanks to these high technological tools, tourism marketers are increasing their tourism revenues by adding innovations to tourism services. Tourism marketers and managers buy these high-tech recreational vehicles, bringing innovations to consumers and making their tours more fun and exciting. Nowadays recreation and tourism marketers must follow the latest technologies and offer new and contemporary services to their customers. Competitors will lose their competitiveness and revenue levels will decrease when managers do not follow the latest technology and do not offer more up-to-date services to their customers. In this research, the relation of other fields of recreation was established, especially the relation between recreation, tourism and technology was tried to be explained in more detail. While trying to put forward the relation between recreation, tourism and technology, various examples have been given examples from technological recreational vehicles. Literature search has been conducted in this study, and future research can carry out quantitative research to determine consumer trends within recreation technology.

REFERENCES

Ağaoğlu, Y. S.; Taşmektepligil, M. Y. & Bayrak, M. (2005). Dünya'da ve Türkiye'de Serbest Zaman Kavramının Gelişimi, *Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (11), 1-10.

Akcaoğlu, C. (2017). Somut Olmayan Kültürel Miras ve Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Kullanımı, Hacettepe Üniversitesi, Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretimi Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Argan, M. (2007). Eğlence Pazarlaması, Ankara: Detay Yayıncılık.

Akten, M.(2003). Isparta İlindeki Bazı Rekreasyon Alanlarının Mevcut Potansiyellerinin Belirlenmesi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, Seri: A (2), 115-132.*

Bailey, R. (2006). Physical Education and Sport in Schools: A Review of Benefits and Outcomes, *Journal of School Health*, October, 76 (8), 397-401.

Başar, M.A. (2006). Türkiye'deki Tabiat Parklarının Açık Hava Sportif Rekreasyon Aktiviteleri Açısından Mevcut Potansiyellerinin Belirlenmesi (Kocaeli Ballıkayalar Vadisi Tabiat Parkı Örneği), Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği A.B.D, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.

Caldwell, L. L. (2005). Leisure and health: why is leisure therapeutic?, *British Journal of Guidance & Counselling*, 33 (1), 7-26.

Carpenter, G., & Blandy, D. E. (2008). Arts and cultural programming: A leisure perspective, United States of America: Human Kinetics.

Cordes, A. K. (2013). Applications in Recreation Leisure For Today and the Future (4 th edition) , Urbana: Sagamore Publishing LLC.

Foley, M. & McPherson, G.(2000). Museum As Leisure, International *Journal of Heritage Studies, 6 (2), 161-174.*

Godbey, G.(2009). Outdoor Recreation, Health and Wellness: Understanding and Enhancing the Relationship, Washington DC: Resources for the Future.

Günay, D. (2017). Teknoloji Nedir? Felsefi Bir Yaklaşım. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 7 (1), 163-166.

Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A. & Dinç, Y.(2015). Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi (3. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.

Hazar, A. (2014). Rekreasyon ve Animasyon, Ankara: Detay Yayıncılık.

İçöz, O. (2008). Spor Turizmi Pazarlaması ve Futbol Takımlarının Hazırlık Dönemi Kamp Yeri Tercihlerini Belirleyen Etkenler, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği A.BD. Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Jensen, C. R. & Guthrie, S.P. (2006). Outdoor Recreation in America (6. Baskı), US: Human Kinetics.

Karaçar, E. (2016). Rekreatif Faaliyetlerde Çevreye Yönelik Tutumların ve Destinasyon İmajının Tekrar Ziyaret Niyetine Etkisi: Ilgaz Dağı Milli Parkı Örneği, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Rekreasyon Yönetimi A.B.D. Doktora Tezi, Ankara.

Karakullukçu, Ö. F.(2009). Adalet Bakanlığı Çalışanlarının Eğitim Düzeylerine Göre Boş Zaman Değerlendirme Alışkanlıkları, Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor A.B.D., Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Karaküçük, S. (2008). Rekreasyon Boş Zamanı Değerlendirme (6. Baskı), Ankara: Gazi Kitabevi.

Karaküçük, S. & Gürbüz, B. (2007). Rekreasyon ve Kentlileşme, Ankara: Gazi Kitabevi.

Karaküçük, S. & Akgül, B.M. (2016). Ekorekreasyon Rekreasyon ve Çevre, Ankara: Gazi Kitabevi.

Kaya, S. & Karaküçük, S. (2016). İktisadi Sistemler ve Boş Zaman (in Rekreasyon Bilimi, Ed. Suat Karaküçük), Ankara: Gazi Kitabevi.

Katayev, E.(2015). Kırım'da Turizm Endüstrisi ve Bölgesel Kalkınma Açısından Rekreasyon Ve Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi, , İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Kement, Ü. (2014). Rekreasyonun Diğer Alanlar İle İlişkisi (in Rekreasyona Giriş, Ed. A. Yaylı, A.), Ankara: Detay Yayıncılık.

Kement, Ü. (2015). Doğaya Yönelik Gerçekleştirilen Rekreatif Etkinliklerde Tüketicilerin Çevre Dostu Rekreasyon Davranışlarının İncelenmesi: Kamping Örneği, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Rekreasyon Yönetimi A.B.D. Doktora Tezi, Ankara.

Kesim, Ü. (2016). İşyeri Rekreasyonu (in Rekreasyon Bilimi, Ed. Suat Karaküçük), Ankara: Gazi Kitabevi.

Kılbaş, Ş.(2010). Rekreasyon ve Boş Zaman Değerlendirme (4. Baskı), Ankara: Gazi Kitabevi.

Kıroğlu, E.(2007). Erzurum Kenti ve Yakın Çevresindeki Bazı Rekreasyon Alanlarının Görsel Peyzaj Kalitesi Yönünden Değerlendirilmesi, Atatürk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı A.B.D., Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.

Koçan, N. (2007). Geleneksel Sporlarımızdan Cirit'in Rekreasyon Amacı ile Günümüze Uyarlanması, *Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi*, 2(1), 31-39.

Kozak, N; Kozak, M.A. & Kozak, M.(2014). Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar (16. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

Küçüktopuzlu F, Gözek K &Uğurlu A.(2003), Boş Zaman Rekreasyon İlişkisi ve Üniversite Öğrencilerinin Boş Zaman Faaliyetlerini Değerlendirmeye Yönelik Bir Araştırma, *1. Gençlik Boş Zaman ve Doğa Sporları Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, Ankara, 33-45.

Meears, L.(2010). Leisure And Recreation, University of Tartu, Pärnu College Department of Tourism Studies , Pärnu, http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/15005/leisure_and_recreation.pdf.

Mirzeoğlu, N., Doğu Y., Aşçı H., Yaman H., Kirazcı S., Özbey S.& Mirzeoğlu D. (2006). Spor Bilimine Giriş (7. Baskı), Ankara: Bağırgan Yayınevi.

Outdoor Industry Association (OIA) (2017). The Outdoor Recreation Economy, https://outdoorindustry.org/wp-content/uploads/2017/04/OIA_RecEconomy_FINAL_Single.pdf.

Özdemir, A.S.; Göçer, E. & Karaküçük, S. (2016). Rekreasyon ve Turizm (içinde Rekreasyon Bilimi, Ed.Suat Karaküçük), Ankara: Gazi Kitabevi.

Ramazanoğlu, F., Altungül, O. & Özer, A. (2004). Sportif Açıdan Rekreasyon Etkinliklerinin Değerlendirmesi. Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları, Fırat Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Elazığ.

Rüzgar, H. (2016). Adıyaman İli ve Yakın Çevresinin Turizme Yönelik Rekreasyonel Peyzaj Potansiyelinin Belirlenmesi Üzerine Bir Çalışma, Bartın Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Bartın.

Sevil T. (2012). Boş Zaman ve Rekreasyon: Kavram ve Özellikler (in Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi, Ed. Serdar Kocaekşi), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.

Talay, İ., Kaya, F. & Belkayalı, N. (2010). Sosyo-Ekonomik Yapının Rekreasyonel Eğilim ve Talepler Üzerine Etkisi: Bartın Kenti Örneği, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 8(2): 147-156.

Torkildsen, G. (2005). Leisure and Recreation Management (5. Baskı), London and New York: Routledge Taylor & Francis Group.

Torjman, S. (2004). Culture and Recreation: Links to Well-Being, Canada: The Caledon Institute Of Social Policy.

Uygur, S. M. & Baykan, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2007 (2), 30-49.

Wilson T. B. (1979). An Introduction to Industrial Recreation: Employee Activities And Services, Dubuque. Iowa: WMC Brown Co. Publishers.

Veal, A. J. (1992). Definitions of Leisure and Recreation, *Australian Journal of Leisure and Recreation,* 2 (4), 44-48, Republished by School of Leisure, Sport and Tourism, University of Technology, Sydney, as Working Paper No. 4,http://www.csun.edu/~vcrec004/ls251/resources/VealRecDefinitions.pdf.

INTERNET REFERENCES

Seabob (Görsel 1) : https://www.google.com/search?q=seabob&tbm=isch&source=lnms&sa=X&ved=0ahUKEwjUlsiU-O7cAhWEDuwKHbnKDooQ_AUICygC&biw=1272&bih=599&dpr=2.5#imgrc=UDO6QnlDusAo8M:, Accessed date: 02/07/2018.

Underwaterscooter (Görsel 2): https://www.google.com/search?q=seabob&tbm=isch&source=lnms&sa=X&ved=0ahUKEwjUlsiU-O7cAhWEDuwKHbnKDooQ_AUICygC&biw=1272&bih=599&dpr=2.5#imgdii=TW69NsFnLDkcBM:&imgrc=FS8wE7E_9d5g3M: , Accessed date: 02/07/2018.

Jetovator (Görsel 3): https://www.ahaber.com.tr/ekonomi/2015/05/28/zenginler-neyle-oynar

Golf Course Hovercraft (Görsel 4): https://www.ahaber.com.tr/ekonomi/2015/05/28/zenginler-neyle-oynar, Accessed date: 03/07/2018.

Underwaterplane (Görsel 5): https://www.google.com/search?q=su+alt%C4%B1+u%C3%A7aklar%C4%B1&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj11J7C_O7cAhVE46QKHVesDJEQ_AUICigB&biw=1272&bih=599#imgdii=OgMC-gv36UvbRM:&imgrc=uzWl_sn5ZXSzRM:, Accessed date: 04/07/2018.

Dolphin (Görsel 6): http://www.mrbozkurt.net/blog/bir-yunusun-karninda-seyahat-etmek/., Accessed date: 05/08/2018.

http://ekohaber10.blogcu.com/sosyetenin-yeni-eglencesi-deniz-alti-araci/13243322)., Accessed date: 05/08/2018.

http://trendsupdates.com/aqua-star-introduces-the-all-new-as-2-scooter-underwater-scooter/, Accessed date: 02/07/2018.

Eskier U. (2017). Rekreasyon Nedir?, https://www.makaleler.com/rekreasyon-nedir-tanimi-ozellikleri-faydalari., Accessed date: 02/07/2018.

Belediyelerin Aile Eğitimindeki Görevleri Üzerine Bir Deneme: Yerel Aile Uygulaması

Dr. Öğr.Üyesi Konur Alp DEMİR[1]

[1] Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, konuralpdemir@yahoo.com.tr

Özet: Belediyeler, demokratik kurumlar olarak, vatandaşa yerel nitelikli kamusal hizmetler sunan yerel yönetim birimleridirler. Belediyelerin gerçekleştirmiş oldukları hizmetlerin vatandaşların günlük ihtiyaçlarını doğrudan ilgilendirmelerinden dolayı belediye ile vatandaş arasında dolaysız bir ilişki bulunmaktadır. Bu ilişki, aile kurumu başta olmak üzere, toplumsal zemine yayılabilmektedir. İnsanlar devlet veya belediyelerin sınırlarından önce aile kurumu sınırları içerisinde yaşamaktadırlar. Aile insanı toplumsal düzene hazırlayan, eğiten ve olumsuz dış etkenlerden uzak tutan en küçük toplumsal birimdir. İnsan eğitimi ilk önce aile içinde başlamakta ve insan aile kurumu içerisinde bir birey olduğunun farkına varmaktadır. Bu sebepten dolayı devletler aile kurumunu mevzuat hükümleri çerçevesinde koruma altına almaya çalışmaktadırlar. Aile politikası devletin aile kurumu hakkında almış olduğu kararlar ve bu kararların uygulanması aşamasını ifade etmektedir. Aile politikası başlığı altında çocuk yardımı, aile planlaması, sosyal yardımlar, gelir aktarımı, ailelerin konut sorunu gibi çok farklı alanlar değerlendirmeye alınabilmektedir. Vatandaşa yerel hizmet sunan belediyelerin toplumun temel kurumu olan aile olgusu hakkında alması gereken önemli tedbirleri bulunmaktadır. Aile yapısının bozulmadan sağlıklı bir biçimde gelecek nesillere taşınmasında belediyelerin eğitici, koruyucu ve destekleyici görevler üstlenmesi gerekmektedir. Bu sebepten dolayı belediyelerin çeşitli hizmet birimleri kurarak aileleri evlilik ve çocuk bakımı ve eğitimi konusunda destekleyici çalışmalar yapması aile yapısını sağlamlaştıran bir etkeni meydana getirecektir. Bu çalışmada literatür taraması yöntemi kullanılarak, örnek uygulamalara yer verilerek ve kurgusal bir analiz yapılarak belediyelerin aile kurumunu koruyucu bir görev üstlenmesi gerekliliği üzerinde durulmuş ve bu hizmet birimlerinin ebeveynlere ve adaylarına çocuk eğitimi ve ergen psikolojisi konularında kurslar düzenlemesi ihtiyacı üzerine değerlendirmeler yapılmıştır. Bu kapsamda, bu çalışmada, belediyelerin, evlilik öncesi, kişileri evliliğe hazırlayan eğitici ve destekleyici hizmetler sunan, evli kişilere evlilikleri süresince destek veren ve olası bir boşanma aşamasında kararlarını tekrardan gözden geçirmeleri için uzmanların gözetiminde psikolojik destek sağlayan hizmet birimleri kurması ve aile koruma politikalarının geliştirilmesinin zorunluluğu vurgulanmıştır. Bu çalışmanın nihai amacı "Yerel Aile" kavramı üzerinden aile kurumunun sağlıklı bir biçimde gelecek nesillere taşınması için belediyelerin destekleyici hizmet birimlerini oluşturmalarının önemi üzerine vurgu yapmaktır.

Anahtar Kavramlar: Aile, Aile Politikaları, Aile Eğitimi, Belediye, Yerel Aile.

The Duties Of Municipalites In Educating Family: The Local Family Practice

Abstract: Municipalities, as democratic institutions, are local government units that provide local public services to citizens. There is a direct relationship between the municipality and the citizen, as the municipalities directly deal with the daily needs of the citizens. This relationship can spread to the social base, especially the family institution. People live within the boundaries of the family establishment before the borders of the state or municipalities. The family is the smallest social unit that prepares, educates and keeps people away from negative external factors. Human education first begins in the family and it becomes aware that the person is an individual within the family institution. For this reason, the states are trying to protect the family institution within the framework of the legislative provisions. Family policy refers to the decisions that the state has taken about the family establishment and the phase of implementation of these decisions. Under the title of family policy, various areas such as child allowance, family planning, social benefits, income transfer, and family housing problems can be evaluated. The municipalities that provide local services to citizens have important precautions to be taken about the family situation, which is the basic institution of the society. The municipalities must undertake educational, protective and supporting duties in carrying healthy families to future generations without deteriorating their family structure. For this reason, building municipalities with various service units and supporting families in marriage and child care and education will bring about an effect that strengthens the family structure. In this study, it was emphasized that the necessity of the municipalities to take protective role of the municipalities by using literature survey method, fictitious analysis, and evaluating the necessity of arranging courses in parent education and adolescent psychology subjects. In this context, it is aimed at establishing service units which provide educational and support services for municipalities, preparing marriages for marriage, providing support to married people during their marriage and providing psychological support under the supervision of specialists to enable them to repeat their decisions at a possible divorce stage and the necessity of developing family protection policies it is highlighted. This work emphasizes the importance of building municipal service units to move the family institution to future generations in a healthy way through the ultimate aim of "Local Family".

Key Concepts: Family, Family Policies, Family Education, Municipality, Local Family.

1. GİRİŞ

Toplumların temelini oluşturan aile yeni nesillerin devamı, çocukların bakımı, ilk eğitimi, yetiştirilmesi, temel kültürel değerlerin ve ahlaki niteliklerin kazandırılması, dini eğitimin verilmesi, tarihsel ve toplumsal birikimlerin ve değerlerin yeni nesillere aktarılması, insan sevgisinin ve saygısının çocukların tutumlarına yansıyacak bir biçimde yerleştirilmesi gibi önemli görevleri üstlenmektedir. Aile evrensel bir kurum olma özelliği ile ikamesi olmayan bir birim olarak her çağda ve toplumda sosyal ve güncel bir kurum olma özelliğini korumaktadır (Şen ve Demirkan, 2008: 114).

21. yüzyıl ile birlikte insan hayatına giren teknolojik ve bilimsel yenilikler, sanayileşmenin artması, kentlerin hızlı bir biçimde büyümesi, iç ve dış göç hareketlerinin yaşanması toplumsal yaşantıda çok sayıda sorunu çözüme kavuştururken, yeni sorunlara da zemin hazırlamıştır. Aile yapılanması yaşanan bu farklılaşmalar sonucunda kırılgan bir hale gelmiş ve bir takım olumsuz durumlarda dağılma sürecine girmiştir. Toplumsal yapısı zayıflayan aile kurumunun kendisinden beklenen faydaları yerine getirmesi düşünülemez. Dolayısıyla ailelerin parçalanması aileyi ve toplumu tehdit eden birçok sorunu ortaya çıkartmıştır. Bu sorunlar şu şekilde sıralanabilmektedir (Şen ve Demirkan, 2008: 114):

- Tek anne veya babalı ailelerin artması,
- Boşanma oranlarının artması,
- Evlilik dışı ilişkilerin ve birlikte yaşamaların çoğalması,
- Ergenlik dönemindeki gebeliklerin artması,
- Terk edilen ve sokaklarda yaşamaya mecbur bırakılan çocuk sayısının artması,
- Çocuk yaşta uyuşturucu bağımlılığının yaygınlaşması,
- Kültür ve ahlak değerlerinde yaşanan değişim,
- Suç işleme seviyesinin artması,
- Kadın ve çocuklara karşı girişilen haksız uygulamaların yaşanması,
- Bireysel uygulanan ve toplumsal bir kimliğe sahip olan şiddet örneklerinin fazlalaşması,
- Gençlerin yaşadığı benlik bunalımlarının artması,
- Psikolojik rahatsızlıkların artması, gibi sorunlar ortaya çıkabilmektedir.

Yerinden yönetim, yerel nitelik taşyan kamu hizmetlerinin merkezi yönetimin iç işleyiş düzenine ait olmayan kamu tüzel kişiliğine sahip unsurlar aracılığıyla yerine getirilmesine verilen isimdir. Dünya genelinde yerel yönetimlerin merkezi yönetim karşısında ağırlık kazanması sonucunda merkezden yerele doğru bir yetki ve görev aktarımı söz konusu olmuştur ve artan oranda devam etmektedir. Türk kamu yönetimi sisteminin ikinci basamağını oluşturan yerel yönetimler kent halkına en az mesafeli yönetim birimleri olarak halkla doğrudan temas halindedirler. Yerel yönetimler, varlıklarının da temel sebebini oluşturan halkın temel ihtiyaç duyduğu günlük gereksinimlerini karşılamaya yönelik yerel hizmetleri sunmaktadırlar. Bu hizmetler insan yaşamını doğrudan etkileyen ve insanların sürekli bir biçimde takip ettikleri hizmetlerden meydana gelmektedir. Bu kapsamda yerel yönetimler halkın sağlığından kamu düzeninin korunmasına kadar geniş bir görev alanından sorumludurlar. Dolayısıyla yerel yönetimlerin gerçekleştirmiş oldukları hizmetlerin insanı, insan yaşamını ve toplumun tamamını doğrudan ilgilendirdiği ifade edilebilmektedir (Başaran, 2014: 2-3). Ancak yerel yönetimlerin yalnızca günlük yerel ihtiyaçları karşılayan yönetim birimleri olarak değerlendirilmesi yanlış olacaktır.

Günümüz sosyal hayatında başta kadınlar ve çocuklar olmak üzere toplumun hemen her kesimi eğitim, sağlık ve sosyalleşme gibi birçok alanda sorun(lar) ile karşılaşmaktadırlar. Özellikle kadınların ve çocukların yaşamış oldukları sorunları kapsamında yapılan iyileştirici çalışmaların aile bütünlüğünün sağlanmasında, aile kurumunun sağlam temeller üzerinde yükselmesinde ve niteliğinin geliştirilmesinde önemli etkileri bulunmaktadır. Bu kapsamda belediyeler tarafından sunulan eğitim, sağlık ve diğer hizmetlerin sıklaştırılması sosyal içerikli önemli faaliyetler olarak nitelendirilmektedir. Dolayısıyla gerçekleştirilen bu hizmetler yerel yönetimlerin sosyal içerikli konularda sahip oldukları değerinin (Beşpınar, 2008: 20) vurgulanması açısından önem taşımaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı Türk aile yapısının güncel teknolojik, bilimsel ve sosyal gelişmelere karşı korunabilmesi için yerel düzeyde alınması gereken önlemlerin vurgulanmasıdır. Yerel yönetimler birer yerel hizmet birimleri olarak sadece yerel halkın günlük ihtiyaçlarını karşılamaktan sorumlu değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel olarak toplumun desteklenmesinden de sorumludur. Bu kapsamda toplumun temel unsurunu oluşturan aile kurumunun yerel yönetimler tarafından desteklenmesi Türk aile yapısının ve dolayısıyla da Türk toplumunun geleceği açısından önem taşımaktadır. Çünkü yerel yönetimlerin bireylere ulaşma imkânı merkezi yönetimden daha kolay ve etkilidir. Dolayısıyla aile kurumu için alınması gereken önlemlerin yerel yönetim birimleri tarafından organize edilmesi daha etkili ve verimli sonuçları ortaya çıkarabilecektir. Çalışmada, bu önem ve gereklilik doğrultusunda ilk önce yerel yönetim kavramı ve önemi açıklığa kavuşturulacaktır. İkinci olarak aile kavramı ve alt başlıkları ile aile politikaları konularına açıklık getirilmeye çalışılacak ve son olarak ise konunun toparlanması ve hedeflenen sonuca varılabilmesi amacıyla yerel yönetimlerin aile kurumunu destekleyici faaliyetleri ve bu kapsamda değerlendirilebilecek yerel aile uygulaması konu edilecektir.

2. YEREL YÖNETİM KAVRAMI

Kamu gücünün tamamı olarak genelleştirilebilecek olan yasama, yürütme ve yargı güçlerinin merkezi bir otoritede toplanması ve her faaliyetin merkezden yönetilmesine merkeziyetçi yönetim sistemi adı verilmektedir. Bu durumda hem ulusal düzeyde hem de yerel düzeyde tüm kamusal hizmetler devletin merkezinde toplanmakta ve merkezi yönetimin hiyerarşisine dâhil olan kamu kurum ve kuruluşları tarafından gerçekleştirilmektedirler (Ökmen ve Parlak, 2008: 6).

Yerinden yönetim (Adem-i Merkeziyetçilik) kavramı ise yerel nitelik taşıyan kamu hizmetlerinin yerel alanda yetkilendirilmiş kamu tüzel kişileri tarafından yerine getirilebilmesi için bazı kamu yetkilerinin merkezi yönetimden yerel düzeydeki otoritelere devredilmesini ifade etmektedir. Devredilen bu yetkilerden bir kısmı yasama ile ilgiliyse, *Anayasa Hukuku* kapsamında değerlendirilen federal devlet kavramı ("siyasal adem-i merkeziyet") ile karşılaşılırken, yürütme ile ilgili olan yetkilerin devredilmesi sonucunda *İdare Hukuku* kapsamında değerlendirilen "yerel yönetim" kavramı ile karşılaşılmaktadır (Ökmen ve Parlak, 2008: 6).

Yerel yönetimlerin ilkesel açıdan ifade şekli olan yerinden yönetim olgusu Yönetim Bilimi'nde "adem-i merkeziyet" (decentralization) olarak kavramlaştırılmaktadır. Yerel yönetim ile yerinden yönetim kavramlarını derinlemesine incelemek gerekirse aslında birbirinden farklı, ancak birbirinin içine geçmiş iki olgu olarak ortaya çıktıkları görülecektir. Yerinden yönetim, bir diğer ifadeyle "özerk yerel yönetim" (local self-government) "yerel halkın, kendi eliyle seçtiği organlarca yönetilmesini anlatan bir dizgenin adıdır. Bir başka deyişle, bir yönetim biçimidir." Kısaca, yerinden yönetim, yerel halkın kendi kendisini yönetmesi olgusudur. Yerel Yönetim Birimi ise (local authority veya local administration) merkezi yönetim tarafından kendisine verilen yetkiler kapsamında belirli ölçütler kapsamında kurallar üretmek ve mali yükümlülükler getirmek yetkileri ile donatılmış ve bir yerel meclisin denetimi altındaki yerel yönetsel birimler tarif edilmektedir. Diğer bir ifade ile yerel yönetim, merkezi yönetimce mali ve kısmi yönetsel özerkliğe sahip bir (yerel) yönetim birimidir (Keleş, 2012: 23-25).

Kamu hizmetlerinin tamamının tek bir yerden planlaması ve sunulması kolay bir uğraş olmamakla birlikte olası da değildir. Böyle bir durum mümkün olsa bile sunulan kamu hizmetlerinin verimliliği azalabilmekte, olması gerekenden daha fazla masraflı olabilmekte ve toplumsal fayda gerçekleştirilememektedir (Eryılmaz, 2012: 171).

1982 Anayasası'nın "İdarenin Kuruluşu" yan başlığı altında yer alan "Mahalli İdareler" alt başlığında ve Anayasa'nın 127. maddesi'nde yerel yönetimlere yer verilmiştir. Bu bağlamda yerel yönetimler (mahalli idareler) il, belediye ve köy halkının yerel ortak gereksinimlerini karşılayan kamu tüzel kişileridirler. Türkiye'de "il özel idaresi", "belediye" ve "köy" olmak üzere üç tür yerel yönetim biriminden söz edilmektedir (Eryılmaz, 2012: 179-180; Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, Erişim Tarihi: 16.07.2018).

Yerel yönetimler teknik olarak şu şekilde tanımlanabilmektedir: Yerel yönetimler; il, belediye ve köy halkının yerel düzeydeki ortak ihtiyaçlarının karşılanması için kurulan, temelleri kanunla belirlenen, karar organları seçmenler tarafından göreve getirilen, kuruluş, görev ve ilkeleri yerinden yönetim ilkesine uygun bir biçimde kanun ile düzenlenen kamu tüzel kişileridir (Eryılmaz, 2012: 179; Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, Erişim Tarihi: 16.07.2018).

Anayasa'nın 127. Maddesi'nde yer alan ifadelere göre yerel yönetimlerin dayanak noktasını oluşturan temel ilkeler ve bu kurumların özellikleri şu şekilde ifade edilebilmektedir (Parlak ve Sobacı, 2012: 106):

- Yerel yönetim birimleri kamu tüzel kişiliğine sahip kurumlardır,

- Yerel yönetimlerin kuruluş, görev ve yetkileri kanun yolu ile belirlenmektedir,
- Yerel yönetimlerin karar organları beş yılda bir yapılan seçimler yolu ile göreve gelmektedirler,
- Yerel yönetimlerin seçim yolu ile göreve gelmiş karar organlarının, organlık sıfatını kazanmaları konusunda yapılacak itirazlar ve denetlemeler yargı yolu ile yapılmaktadır,
- Yerel yönetimler, merkezi yönetim tarafından idari vesayet denetimine tabi tutulmaktadırlar,
- Yerel yönetimler, Bakanlar Kurulu'nun iznini alarak kendi aralarında birlikler kurabilmektedirler.

3. YEREL YÖNETİMLERİN ÖNEMİ

Yerel yönetimler, günlük hayatın devam edebilmesi için önemli kararların alındığı ve uygulandığı yönetim birimleri olarak ülkelerin ekonomik, siyasi ve hukuksal yapıları içerisinde önemli bir yer tutan kuruluşlardır. Dolayısıyla yerel yönetimlerin kamusal mal ve hizmetlerin sağlanması ve sunulmasında ve kaynakların etkili bir biçimde kullanılmasında önemli etkileri bulunmaktadır. Yerellik (subsidiarity) ilkesi olarak bilinen kamusal mal ve hizmetlerin bu hizmetlerden faydalanacak kesimlere en yakın yerde ve en yakın yönetim birimi tarafından sunulması anlayışı yerel yönetimler tarafından somutlaştırılmaktadır. Dolayısıyla bu anlayış kapsamında yerel yönetimler hizmet sunumları açısından önem taşımaktadırlar (Ökmen ve Parlak, 2008: 49).

Yerel yönetimlerin karar organlarını yürütecek olan kişiler yerel halkın içerisinden seçilmelerinden dolayı yerel hizmetlerin yürütülmesinde ve hangi hizmetlerin sunulması gerektiği konusunda karar alma aşamasında daha etkili bir yöntem benimsenmiş olmaktadır. Çünkü yerel halkın arasından seçilen kişiler yaşadıkları bölgenin sorunlarını daha iyi bilmekte ve isabetli tahliller yaparak doğru kararlar alabilmektedirler (Eryılmaz, 2012: 175).

Yerel yönetimler merkezi yönetimden yerel nitelikteki görevleri devralarak merkezi yönetimin iş yükünü hafifletmekte (Eryılmaz, 2012: 175) ve bu sayede de merkezi yönetimin esas görevlerine yönelmesine imkân sağlamış olmaktadırlar.

Yerel yönetimler yerel halka kendi sorunlarını çözmeleri için faklı yolları deneme imkânı vermektedirler. Böylece belediyeler vatandaşlar arasında yardımlaşma ve iş birliği yapma alışkanlığını geliştirmiş olmaktadırlar (Keleş, 2012: 28).

4. AİLE KAVRAMI

İnsanın sosyal bir varlık olmasından dolayı bulunduğu her yerde bir topluluk ve bu topluluğun temelini oluşturan bir aile yapılanması var olmuştur. İnsanlar medeniyet unsurlarını belirlemiş ve bu unsurlar bütün bir insanlığı ve insanın içerisinde yaşadığı toplumu etkilemiştir (Karaman, 1992: 6).

Aile en küçük toplumsal birim olarak toplumun temelini oluşturmaktadır. Dolayısıyla sağlam ve güçlü bir toplumun varlığı için aile kurumunun da güçlü olması gerekmektedir. Aile, bireyleri sosyal hayata hazırlayan ve yaşadığı topluma uygun bir birey olarak yetişmelerini sağlayan bir kurumdur. Kişilerin sağlıklı bireyler olarak toplumsal hayata girmelerinde aile kurumunun önemli bir rolü vardır. Aile bu konuda işlevsel bir görev üstlenmiştir (Günindi ve Giren, 2011: 351).

Türk Dil Kurumu Sözlüğü'ne göre aile farklı biçimlerde tanımlanmıştır. Buna göre aile: "Evlilik ve kan bağına dayanan, karı, koca, çocuklar, kardeşler arasındaki ilişkilerin oluşturduğu toplum içindeki en küçük birlik", "Erkeğin ve kadının çocuklarıyla oluşturdukları, iş bölümüne dayalı, küçük (çekirdek) ve büyük ya da dar ve geniş aile gibi tipleri olan toplumsal ve ekonomik temel birlik" ve "Evlilik ve kan bağına, başka deyişle karı-koca, ana-baba-çocuklar, kardeşler vb. arasındaki ilişkilere dayalı olan bir toplum çekirdeği" (Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe Sözlük, Erişim Tarihi: 17.07.2018) olmak üzere üç şekilde tanımlanmıştır.

Evlilik ise bir kadın ve bir erkeğin kalıcı olarak birbirlerine destek olma ve çocuk yetiştirme konusunda dayanışmayı öngören ve karşılıklı söz vererek oluşturmuş oldukları bir birleşimdir. Evlilik kendi içerisinde önemli bir değere sahiptir. Bu değer çocuk yetiştirme ve eşlerin birbirine destek olması ile bütünlük kazanmaktadır. Bu bütünlüğün temelinde tek eşlilik ve sadakat yer almaktadır. Evlilik açısından çocuk yetiştirme konusu kamusal iyiliğin (veya kamusal yararın) sağlanabilmesi adına oldukça önem taşımaktadır. Bu durum devletin evlilik kurumunu desteklemesi gerekliliğinin nedenini açıklamaktadır (Girgis vd., 2010: 246).

Aile sosyal bir yapı olarak üyeleri arasında kuvvetli bağların oluştuğu bir birliktir. Ancak aile tanımsal olarak farklı açılardan değerlendirilebilmektedir. Buna göre aile üyeleri arasında meydana gelen samimi ilişkiler yönünden sosyal bir grup, üyeleri arasında meydana gelen ekonomik ilişkiler yönünden bir birlik, sosyal yaşamın gereklerini karşılaması ve bireyleri sosyal yaşama hazırlaması yönünden bir örgüt ve üyelerinin sosyal ihtiyaçlarını karşılaması yönünden sosyal bir yapıdır. Aile bireyin ve dolaylı olarak da toplumun gelişmesinin ve şekillenmesinin ilk basamağını oluşturmaktadır (Günindi ve Giren, 2011: 351).

Aile olmak aynı çatı altında birlikte yaşamak değil, aile üyelerinin birbirlerini anlaması, duygu ve düşüncelerini paylaşması ve birbirleriyle sıcak ilişkiler kurması anlamına gelmektedir (Şen ve Demirkan 2008: 119).

Aile tüm toplumlarda görülmekle birlikte (Bahar, 2009: 151) özellikle geleneksel toplumlarda, insanları bir arada tutan önemli bir etkendir. Aile temel bir kurum olarak toplumsal yapıyı ve toplumun değer yargılarını yansıtmaktadır (Bener ve Günay, 2012: 3).

Aile toplumu şekillendirici işlevi sayesinde bütün toplumlarda vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Ailenin bu işlevini yerine getirebilecek başka bir kurumun varlığı mümkün gözükmemektedir (Günindi ve Giren, 2011: 351-352).

Toplumlarda aileler evlilik yolu ile kurulmaktadır (Bahar, 2009: 151). Aile temel bir kurum olarak toplumsal dayanışmanın odak noktasını oluşturmaktadır. Aile kurumu olmadan başka toplumsal yapıların oluşması ve var olan yapıların korunması mümkün değildir. Toplumsal dayanışma ve yardımlaşma bir ihtiyaç ve dayanışma biçimini meydana getirmektedir. Bireyleri aile kurma ve bir aile içinde yaşamaya yönlendiren sebepler şu şeklinde sıralanabilmektedir: Cinsel ihtiyaçların karşılanması, sevgi, korku ve güvenlik duygularından emin olunması ihtiyacı, eğitim ve nesillerin devamlılığının sağlanması (Karaman, 1992: 6-7), toplumsal organizasyonların devamlılığının sürdürülebilmesi, aile bireyleri arasındaki ekonomik dayanışmanın temin edilmesi ve bireysel mutluluğun sağlanması arzusudur (Bahar, 2009: 152).

Türk aile yapısında kadının önemi oldukça fazladır. Dönemlerinin ünlü bilginleri ve gezginleri olarak kabul edilen İbn Fadlan, Marco Polo ve Van Yen Dö Türk kadınından övgüyle söz etmişlerdir (Aksoy, 2011: 12). Türk kadınının "maddi ve manevi temizliği" konusunda "dünyanın en temiz ve ahlaklı kadınları" sıfatını kullanmışlardır (akt. Aksoy, 2011: 12). Bununla birlikte Türkçe'de "temiz ve faziletli" anlamlarına gelen çok sayıda ismin bulunması (Aksoy, 2011: 12) yapılan bu tespiti doğrular niteliktedir.

Aile kavramsal olarak "geniş aile", "çekirdek aile", "geçiş aile" ve "parçalanmış/eksik aile" olmak üzere farklı türlere ayrılmaktadır. Ailenin çeşitlilik olarak bu şekilde türlere ayrışması evde yaşayan evli sayısı ve nesillerin genişliği dikkate alınarak yapılmaktadır. Geniş aile sanayi öncesi ve günümüzde de tarımla uğraşan toplumlarda görülen bir aile tipidir. Geniş aile evlilik veya kan bağı ile birbirine bağlanmış ve birkaç kuşağın bir arada veya birbirine yakın evlerde yaşadığı geleneksel bir aile yapılanmasıdır. Geniş ailede çiftler birbirlerinin akrabalarına karşı saygı ve sorumluluk duymaktadırlar. Çünkü sanayi öncesi toplumlarda ekonomik dayanışma ve işbirliği ihtiyacı gibi nedenlerden dolayı aile üyeleri bir arada yaşamak mecburiyetinde kalmışlardır. Bu mecburiyet geniş ailenin temellerini oluşturmuştur. Çekirdek aile evli çiftlerin her ikisinin de kendi ailesi dışında yaşadıkları ve yeni bir yerde kurdukları aile tipidir. Diğer bir tanımlama ile çekirdek aile; anne, baba ve çocuklardan oluşan temel bir aile yapısıdır. Geçiş aile gelişen ve değişen şartlar dikkate alındığında ve güncel gelişmelerin zorlaması ile geniş aileden çekirdek aileye geçiş sürecini ifade etmektedir. Özellikle toprağa dayalı üretim tarzından sanayileşmiş bir topluma geçiş döneminde aileler çekirdek aile yapısına geçiş yapmaktadırlar. Parçalanmış aile ise aile bütünlüğünün bozulduğu ve ölüm, boşanma veya ayrı yaşama gibi nedenlerden kaynaklanan ve eşlerden birisinin veya her ikisinin de aynı evde yaşamadığı bir aile tipidir (Günindi ve Giren, 2011: 352-353; Bahar, 2009: 151-152).

5. AİLE POLİTİKASI

Aile politikası teriminin olgunlaşabilmesi için uzun bir zamanın geçmesi gerekmiştir. Terim 1970'lerin ortalarına kadar çok az kullanılmıştır. Bu tarihten sonra terimim kullanılması yaygınlık kazanmıştır (Daly ve Clavero, 2002: 34).

Aile kurumunun desteklenmesi dünya çapında onaylanan bir durumdur. Bunun için aile politikaları oluşturulmaktadır. Ancak aile politikalarının ne anlama geldiği insanlar arasında tanımsal açıdan farklılık göstermektedir. Aile politikası sosyal değişimin yaratıcısı değil, bir ürünüdür. Aile politikası aileyi bir bütün olarak değerlendirmektedir. Böylece aile politikası aileye yönelik bireysel politikaların bütünü olarak ifade edilebilmektedir (Farrugia ve Abela, 2007: 453-454).

Aile politikası, gerçekte "toplumun sosyal korunma alanına" yapılan bir müdahale olarak tanımlanabilmektedir. Sosyal korunma alanının önem kazanması düşüncesi sanayileşme ile başlayan kadın ve çocuk işçilerin uzun saatlerce ve kötü şartlar altında çalıştırılması gerçeğinden ve sorunundan sonra ortaya çıkmıştır. Bu sorunun aile kurumunu ilgilendirmesinden dolayı (Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu 1991: 40) çeşitli politikaların belirlenmesi ihtiyacı doğmuştur.

Aile politikasının iki temel hedefi vardır: Muhtaç ailelerin yaşam şartlarını geliştirmek ve toplumun ahlaki değerlerini yükseltmektir (Daly ve Clavero, 2002: 34). Aile politikalarının belirlenebilmesi için ailelerin sosyal, ekonomik, psikolojik ve kültürel konumlarının iyi bir biçimde tespit edilerek değerlendirilmesi ve sağlıklı verilerin elde edilmesi gerekmektedir. Aile politikalarının elde edilen bu sağlıklı veriler üzerine kurgulanması daha verimli sonuçların elde edilmesi için bir ön koşuldur (Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu, 1991: III).

Ancak aile politikaları ile ulaşılmak istenilen hedeflerin önceden tanımlanabilmesi oldukça zordur. Çünkü aile toplumun temel bir kurumunu oluşturmasından dolayı resmi makamlarca da desteklenmektedir. Aile topluma sağlıklı bireylerin kazandırıldığı ve insanların sosyalleşmesinin ilk adımının atıldığı yerdir. Dolayısıyla aile kurumunun toplumun tamamı tarafından desteklenmesi gerekmektedir (Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu, 1991: 43). Bu amaçla aile politikalarının alt başlıkları olarak değerlendirilebilecek ve aile kurumunun desteklenmesi amacıyla girişilen faaliyetler şeklinde sıralanabilecek unsurlar aşağıda değerlendirilmiştir.

5.1. Çocuk Yardımı

Toplumun tamamını koruma altına alan devlet yapısı anlayışı Batı'da 1950 ve 1960'lı yıllarda popülerlik kazanmıştır. Bu dönemlerde "aile" kavramı önem kazanmış, ailenin devamlılığını sağlayabilmek için devlet teşvik niteliğinde çeşitli yardımlarda bulunmuş, aile bireylerinin sağlık, hastalık, işsizlik ve yaşlılık gibi riskli durumlarını önceden koruma altına almaya çalışan politikalar geliştirilmeye çalışılmıştır. 1970'li yıllarda kapitalist ekonomi sistemini benimseyen devletlerde yaşanan sıkıntılar ve krizler devletlerin aile kurumu üzerindeki dikkatlerini dağıtmış ve daha çok ekonomik odaklı yaklaşımlar sergilenmiştir (Suğur ve Doğru, 2010: 116-117).

5.2. Aile Planlaması

Aşırı doğurganlık olarak ifade edilen sık aralıklarla fazla doğum yapmak anne ve çocuk sağlığını tehlikeye düşürdüğü gibi toplumun genel sağlığını bozmakta ve ekonomik, sosyal ve kültürel durumunu da olumsuz yönde etkileyen bir sonucu ortaya çıkarmaktadır. Bununla birlikte aşırı doğurganlık anne ve çocuk ölüm risklerini arttırıcı bir rol üstlenmektedir (Aylaz vd., 2009: 152).

Aile planlamasının temel hedefi anne ve çocuklarının sağlıklarını korumak ve mevcut sağlık düzeylerini olabilecek en yüksek seviyeye çıkarmaktır. Bu kapsamda aile planlaması hizmetlerinin temel çalışma konuları eşleri bilinçlendirerek doğum kontrol yöntemlerini bilmelerini sağlamak, istenmeyen gebelik durumlarını engelleyebilmek, anne ve çocuk ölümlerinin önüne geçebilmek ve her ailenin istediği dönemde ve çoklukta çocuğa sahip olabilmeleri amacıyla eğitim ve danışmalık hizmeti vermek üzerine kurgulanmıştır (Gerçek ve Pala, 2011: 21).

5.3. Sosyal Yardımlar

Yerel yönetimlerin yerel düzeyde "yoksun kesim" olarak adlandırılabilecek maddi yetersizlik içerisinde yaşayan halka çeşitli yardımlarda bulunması hem anayasamızın bir gereği olan Türkiye Cumhuriyeti'nin sosyal bir devlet olması, hem de bu amaçla çeşitli fonksiyonlara sahip olması açısından önem taşımaktadır. Sosyal yardım ve hizmet sunumları kapsamında yerel düzeyde yoksun kesimlerin maddi olarak desteklemesi söz konusu olurken, daha geniş bir tanımlama ile yerel düzeyde yaşayan her kesim için ihtiyaç duyulan bütün hizmetlerin gerçekleştirilmesi ifade edilmektedir. Sosyal yardım ve hizmetlerin temel amacı bir toplumda kendi isteği dışında ve kendi elinde olmayan nedenlerden dolayı yoksun ve ihtiyaç haline düşen bireylerin ve kesimlerin desteklenerek insan onuruna yakışır bir biçimde yaşam sürdürmelerine olanak tanımaktır. Bu amaç doğrultusunda devlet, yerel yönetimler ve gönüllü sivil toplum kuruluşları tarafından halka yönelik ekonomik ve sosyal yardım içerikli çeşitli hizmetler sunulmaktadır. Devletin karşılıksız olarak muhtaç olanlara karşı yürütmüş olduğu sosyal yardımlar şartlı veya şartsız olmak üzere kullanım eşyası ve parasal yardımlar şeklinde gerçekleştirilmektedir (Negiz, 2011: 324).

5.4. Ailelerin Konut Sorunu

İlk insandan günümüze kadar geçen süre içerisinde barınma ihtiyacı hiç değişmeden var olmuştur. Barınma, insan yaşamı için önemli olan vücut ısısının korunabilmesi için gerekli olan temel bir ihtiyaçtır. Konutların şekillerinde ve malzemelerinde meydana gelen değişimlere rağmen insanlar için kalabilecek bir yer arama alışkanlığı hiç değişmemiştir. Ancak konutların yalnızca birer barınak olarak değerlendirilmesi konuya karşı yanlış bir yaklaşım tarzı olacaktır. Çünkü konut kişi ve aile mahremiyetini koruyan, bireylerin kendilerini güven içerisinde hissetmelerini sağlayan ve bireylerin günlük yaşam içerisindeki faaliyetlerinin yorgunluğu sonucunda dinlenebileceği ve bir sonraki güne sağlıklı bir biçimde çıkabileceği mekânlardır. Aynı zamanda konut insanın varlığı ve hayatını devam ettirebilmesi için önemli bir güven kaynağıdır (Ören ve Yüksel, 2013: 49).

Konut sorunu devamlılık gösteren bir konudur. Farklı bir yaklaşım ile konut sorunu bir kez karşılanınca sona erecek bir konu değildir. İnsanlar sürekli olarak yeni konutlara ihtiyaç duymaktadırlar. Yetişkinlik çağına gelen çocukların ailelerinden ayrı bir konutta yaşama isteği, yeni evlenen çiftlerin ayrı bir yerde yaşama ihtiyacı, kişilerin kendi konutlarına sahip olma isteği sosyo-kültürel olarak konut beklentisini arttıran başlıkları meydana getirmektedir. Dolayısıyla konut piyasası canlılığını sürekli olarak güncel tutan bir alandır (Kılıç ve Özel, 2006: 208).

II. Dünya Savaşı'ndan sonra artan bir oranda kırdan kente doğru bir göç hareketi başlamıştır. Merkezi yönetim ve yerel yönetimler bu yoğun göçün doğrudan talebi olan barınma ihtiyacına cevap verememelerinden dolayı bireyler barınma ihtiyaçlarını kendileri çözme yoluna gitmişlerdir. Bu amaçla bireyler izinsiz ve imarsız bir biçimde yapılar inşa etmeye başlamışlardır. Bu düzensizlik sonucunda gecekondulaşma ve çarpık kentleşme sorunu ortaya çıkmış ve aynı zamanda kentlerde yaşam kalitesi düşmüştür. Bu sorunların giderek artması yerel yönetimleri konut sorununa karşı tedbir almaya yönlendirmiştir (Ören ve Yüksel, 2013: 49-50).

Yerel konut politikaları yerel yönetimlerin ekonomisini canlandıracak unsurlar olarak görülmektedir. Bununla birlikte yerel yönetimlerin konut politikaları ile doğrudan ilgilenmesi bölgede yerel yönetimlerin finansman kaynağını da meydana getirecek olan yerel tasarrufların yapılması sonucunu ortaya çıkartmaktadır (Kılıç ve Özel, 2006: 208).

6. YEREL YÖNETİMLERİN AİLE KURUMUNU DESTEKLEYİCİ FAALİYETLERİ

Aile, Türk toplumunda geçmişten günümüze önemli bir toplumsal miras taşımıştır. Anayasada sosyal devlet anlayışının devamlılığını sağlayabilmek amacıyla aile kurumunun korunması ilkesi benimsenmiştir. Bu amaçla büyükşehir belediyelerinde "Kadın ve Aile Şube Müdürlükleri" kurulmuştur. Kentleşmenin artması ile birlikte kentlerde gecekondu sorunu meydana gelmiş ve bu kesimlerde yaşayan kadın nüfusu ve aileler daha fazla ihmal edilir olmuştur (Yıldırım ve Göktürk, 2008: 249).

Bu ihmalin Türk aile yapısına zarar verebileceği düşüncesi kapsamında yerel yönetimlere önemli görevler düşmektedir. Çünkü yerel yönetimler ailelere daha kolay bir biçimde ulaşabilmekte ve sorunlarını yerinde gözlemleyebilmektedir.

Yerel yönetimler aileler ile doğrudan iletişim kurma ve yakın ilişkiler geliştirebilme imkânlarına sahiptirler. Yerel yönetimler kendi oluşturmuş oldukları ortamlarda ve kurmuş oldukları merkez veya birimlerde ailelere destek olabilmektedirler. Bu destek çocuklara, eşlere ve yaşlılara ulaşılabilecek oranda geniş bir kapsamda değerlendirilmektedir. Bu amaçla hem büyükşehir belediyelerinde, hem de ilçe belediyelerinde çocukları, kadınları, yaşlıları ve gençleri sosyal ve kültürel anlamda destekleyecek ve onları yönlendirecek hizmet birimleri faaliyete geçirilmiştir (Zengin ve Kesgin, 2013: 19).

Aile eğitim programlarının amacı anne ve babalara evlilik hayatı, çocuk yetiştirme ve ailelerin yaşamış olduğu sorunlara rasyonel çözüm yolları ile yaklaşma ve sorunlarla başa çıkabilme yeteneklerini geliştirmektir. Aile eğitimi hizmeti kapsam olarak aile bireylerinin ruh ve bedensel sağlığının gelişimi, aile içi iletişimin sağlıklı bir biçimde yürütülebilmesi, aile kurumunun devam ettirilebilmesi ve iyileştirilmesini içermektedir. 1982 Anayasası devlete aileyi koruma ve destekleme görevi vermiştir. Ancak bu koruma ve destekleme görevi sadece devlete aitmiş gibi algılanmaması gerekmektedir. Bu sorumluluk toplumun tamamına yayılmış kurum ve kuruluşların da ortak görevidir (Şen ve Demirkan, 2008: 116).

Türkiye'de aileyi destekleyici programlar ve eğitim faaliyetleri çeşitli dernek, vakıf ve yerel yönetimler (belediyeler) tarafından gerçekleştirilmektedir (Şen ve Demirkan, 2008: 121). Bu kapsamda İstanbul Büyükşehir Belediyesi bünyesinde faaliyet gösteren "Kadın Koordinasyon Merkezi" kadınlara eğitim, sağlık, sosyal yardım,

psikolojik danışmanlık ve dayanışma gibi hizmetler sunmaktadır. Benzer biçimde Ankara Büyükşehir Belediyesi de aile kurumunu koruyabilmek ve kadınlara destek çıkabilmek amacıyla kadın konuk evleri kurmuştur (Yıldırım ve Göktürk, 2008: 249).

Belediyeler yalnızca kadınlara değil, aynı zamanda çocuklara yönelik olarak da kreşler, oyun parkları, çocuk yuvaları, çocuk etkileşim merkezleri, sahipsiz çocuklar için bakım evleri, çocuk eğlence bahçeleri ve trafik ve eğitim alanlarının kurulması gibi hizmetler vermektedirler. Aynı zamanda belediyeler başarılı öğrencileri yaz dönemlerinde kamplara gönderme ve çeşitli hediyeler verme gibi yollarla desteklemekte ve okulların açıldığı her dönem başında, özellikle üniversite öğrencilerine, maddi yardımlarda bulunmaktadırlar (Yıldırım ve Göktürk, 2008: 250).

Türkiye'de dernek, vakıf ve yerel yönetimlerin bilinçli ebeveynlik ve bilinçli evlilik başlığı altında ve kapsamında gerçekleştirmiş oldukları hizmetler sonucunda ulaşılmak istenilen hedefler şu şekilde sıralanabilmektedir (Şen ve Demirkan, 2008: 121-122):

- Aileleri çocuk gelişimi ve eğitimi konusunda bilgilendirmek,
- Ailelerin çocuklarını her yaş dönemi için yakından tanınmasına imkân tanımak,
- Çocukların bedensel ve zihinsel gelişimleri konusunda aileleri bilinçlendirmek,
- Anne ve babayı çocuk eğitimi, gelişimi ve iletişimi konularında bilinçlendirmek,
- Ailelere çocuklarının davranış kalıplarını değiştirmeyi öğretmek,
- Anne ve baba adaylarını ebeveynlik konusunda eğitmek,
- Ailelere çocuk sağlığı ve beslenme konularında eğitimler vermek,
- Güçlü ve sağlam bir aile içerisinde yaşamanın önemli olduğu ve ailenin bir ayrıcalık kaynağı olduğu hatırlatılarak aile kurumunun başka hiçbir kurum tarafından ikame edilemeyeceğinin vurgusu yapılmak yoluyla toplumu aile konusunda bilinçlendirmek,
- Ailelere birlikte yaşama, evlilik hayatı ve bireysel ilişkiler konusunda eğitimler verilerek aile hayatında ortaya çıkan sorunları en aza indirebilmek,
- Ailelere çocuğun da bir birey olduğu bilincini kazandırabilmek,
- Aileleri, çocuklarına kendi kararlarını alabilmeleri için fırsat vermeleri gerektiği ve çocuğun öz güveninin ve öz denetiminin geliştirilmesinin önemli olduğu bilincine ulaştırabilmek,
- Çocukların başkalarının haklarına karşı saygılı ve kendi düşüncelerini rahat bir biçimde ifade edebilen bireyler olarak yetişebilmesi için gerekli bilgileri ve eğitimleri verebilmek,
- Baba adaylarının da çocuk eğitimi konusunda eğitilmelerini sağlamaktır.

Yerel yönetimlerin kurmuş olduğu "Aile Toplum Merkezleri" aracılığıyla hem sosyolojik, hem de psikolojik olarak desteğe ihtiyaç duyan çocuklara, gençlere ve ailelere hizmet verilmektedir. Bu merkezlerde aile kurumunu sağlıklı bir biçimde gelecek nesillere taşıyabilmek amacıyla "Aile Terapisi ve Psikolojik Destek" hizmetleri verilmektedir. Bununla birlikte bu merkezlerde evlenmek isteyen kişilerin evlilik öncesinde psikolojik destek almaları, kişilerin evliliğe hazırlanmaları, özellikle genç çiftlerin aile kurma ve aile olmanın ve birlikte yaşamanın bilincine varmaları konularında uzman psikologlar eşliğinde eğitim verilmektedir (Kağıthane Belediyesinden Kağıthane Ailesine Yeni Hizmetler, Erişim Tarihi: 15.06.2018).

Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin "Psikolojik Danışmanlık ve Destek Eğitimleri Şube Müdürlüğü" bünyesinde oluşturulan Evlilik Okulu uygulaması kapsamında ailelere ve yeni evlenen kişilere aile kurmanın ve aile bağlarının oluşturulmasının önemi, aile birlikteliğinin değeri, aile içi iletişimin önemi, nasıl kurulması gerektiği ve nasıl güçlendirilebileceği, evlilikte yaşanan olumsuz iletişim ile mücadele etmek için sahip olunması gereken becerilerin neler olması gerektiği, sorunların çözülememesi durumunda uzman kişilerden destek almanın gerekliliği gibi konularda eğitici ve destekleyici hizmetler verilmektedir (Evlilik Okulu, Erişim Tarihi: 19.06.2018).

Malatya Büyükşehir Belediyesi'nin faaliyete geçirmiş olduğu "Aile Danışma ve Destek Merkezi" boşanma aşamasına gelen ailelere sorunların giderilmesi ve boşanmanın en son aşama olarak değerlendirilmesi için psikolojik destek sağlamaktadır. Bu konuda uzman psikologlar eşliğinde ailelere danışmanlık hizmeti verilerek

boşanma aşamasına gelen çiftlerin makul çözüm yoları bulunarak bu kararlarından vaz geçirilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda ailelerin boşanma aşamasına gelmelerinin önlenmesi, gelen ailelerin psikolojik yönden desteklenmesi ve boşanma olaylarının en aza indirilmesi amaçlanmaktadır. Bununla birlikte danışmanlık merkezi anne, baba ve çocuk arasındaki iletişimi arttırmayı ve böylece aile kurumunun temellerini güçlendirmeyi hedef edinmiştir (Aile Danışma ve Destek Merkezi, Erişim Tarihi: 19.05.2018; Ailelere Psikolojik Destek Verilecek, Erişim Tarihi: 19.05.2018).

Pendik Belediyesi tarafından hizmete sunulan "Aile Danışma Masası" kadın ve aile kurumu eksenli olarak koruma ve destekleme faaliyetleri içerisinde hizmet yapmaktadır. Bu kapsamda merkezin temel hedefleri şu şekilde sıralanabilmektedir (Aile Danışma Masası, Erişim Tarihi: 23.05.2018):

- Kadın Koruma Evleri çalışmalarını yürütmek,
- Psikolojik destek için başvuruda bulunan bireylere ve ailelere destek sağlamak,
- Kadın Koruma Evleri'nde barınan kadınların ihtiyaçlarını karşılamak,
- Sokaklarda yaşayan ve suça sürüklenmiş çocukları sosyal hayata kazandırmak için çalışmalar yapmak,
- Aile içi şiddete maruz kalan kadınları desteklemek,
- Evlilik Okulu Projesi'ni desteklemektir.

Kadıköy Belediyesi tarafından hizmete sunulan "Aile Danışma Merkezleri" bulundukları bölgelerde aile hayatını etkileyen bölgesel ihtiyaçları tespit etmekte ve çözüm önerileri sunmaktadır. Bu merkezler uzman kadroları ile danışma ve rehberlik hizmetleri vermektedirler. Vatandaşlara aile içi iletişim hizmetleri kapsamında "Evlilik Öncesi Üreme Sağlığı Danışmanlığı Projesi" ve "Kadına Yönelik Şiddetin Önlenmesi Projesi" gibi projelerin yanında "Anne–Çocuk Eğitim Programları", "Engelli Aileleri Eğitim Programları" ve "Evlilik Öncesi Üreme Sağlığı Danışmanlığı Eğitimleri" sunulmaktadır. Bununla birlikte aile danışma merkezlerinde "Psikolojik Danışmanlık Hizmeti" kapsamında uzman psikologlar eşliğinde anne ve anne adaylarına çocuklarına yönelik davranışlarının bilincinde olmaları amacıyla eğitimler verilmektedir. Çünkü kendi çocukluk yıllarında şiddete maruz kalmış kişiler bu dönemlerden itibaren öğrendikleri ve bir davranış kalıbı şekline getirdikleri aile içi şiddete maruz kalma ve şiddet uygulama eylemlerini kendi çocuklarına karşı gösterme eğilimi içerisinde olabilirler. Bu durumun önüne geçebilmek ve sağlıklı bir aile yapısının oluşturulabilmesini sağlayabilmek merkezlerin temel hedefini oluşturmaktadır (Beşpınar, 2008: 21-27).

13.07.2005 tarih ve 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 14, 38, 60 ve 77. maddelerinde belediyelerin sosyal devlet anlayışı kapsamında dar gelirlileri ve muhtaç kesimleri destekleyici görevlerini içeren hükümler yer almakla birlikte özellikle 14. madde çalışma konumuzun temelini oluşturan belediyelerin aileleri destekleyici görevlerini hüküm altına alınmıştır. 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 14. maddesinin (a) fıkrasına göre belediyeler "…gençlik ve spor; sosyal hizmet ve yardım, nikâh, meslek ve beceri kazandırma…" konularından sorumlu tutulmuşlardır. Aynı maddede yer alan "… Büyükşehir belediyeleri ile nüfusu 100.000'in üzerindeki belediyeler, kadınlar ve çocuklar için konukevleri açmak zorundadır. Diğer belediyeler de mali durumları ve hizmet önceliklerini değerlendirerek kadınlar ve çocuklar için konukevleri açabilirler. …" hükmü ile belediyelerin bu konular kapsamında sorumlu tutulduğu ifade edilmiştir (5393 Sayılı Belediye Kanunu, Erişim Tarihi: 19.07.2018; Başaran, 2014: 8).

7. YEREL AİLE UYGULAMASI

"Yerel Aile" olarak kavramlaştırılan olgu yerel yönetimler tarafından desteklenen çekirdek aileleri ifade etmektedir. Yerel ailenin temel amacı ailelerin yaşadığı sorunlara yerel düzeyde çözüm yolları bulabilmektedir. Bununla birlikte aile politikalarının doğru bir biçimde planlanabilmesi ve etkili uygulamaların tespit edilebilmesi için gerekli olan veri kaynaklarının sağlanması yerel aile kavramı altında ve yerel yönetimlerin çalışmaları sonucunda değerlendirilebilecek bir konudur. Diğer taraftan yerel aile kavramı yerel yönetimlerin, ailelerin sorunlarına karşı daha yakından ilgi duymasını da içeriğinde barındırmaktadır. Aynı zamanda yerel aile kavramı sosyal ve toplumsal yapının yerel düzeyde sağlamlaştırılabilmesine katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte yerel aile kavramının ailelerin ihtiyaç duyduğu bilgi ve sosyal desteğin kendilerine sağlanmasında (Aile Sorunlarına Bölgesel Düzeyde Bakış, 2010: 4) etkili bir yöntem olduğu düşünülmektedir.

Yerel aile uygulaması ile aile içinde yaşanan sorunların yerel düzeyde tespit edilmesi ve yerel yönetim birimleri tarafından çözüm önerilerinin geliştirilmesi ve sunulması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda Türkiye'nin birçok yerinde yerel yönetimler tarafından yerel düzeyde "Yerel Aile Çalıştayı" organizasyonları düzenlenmektedir. Yerel aile çalıştayları sonucunda Türk aile yapısının korunabilmesi amacıyla ailelerin yaşamış olduğu sorunların bir haritası çıkartılarak uygun çözüm önerilerinin oluşturulabilmesi için bir veri tabanın oluşturulması amaçlanmaktadır (Kadın ve Aileye Yönelik Çalışmalar, 2010: 39). Çünkü toplumsal zeminde aileden kaynaklanan bireysel ve toplumsal sorunların tespiti ve ilgili sorunlara çözüm önerilerinin geliştirilmesi önem taşımaktadır. Bu amaçla Türkiye İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması'nın (Türkiye İBBS) tespit ettiği ve bölgeleri temsil eden Antalya, Edirne, Bursa, Nevşehir, Kastamonu, Mardin, Malatya, Trabzon, İstanbul, Erzurum, Konya ve İzmir illerinde Aralık 2009 ile Nisan 2010 döneminde "Yerel Aile Çalıştayları" düzenlenmiştir. Çalıştaylarda aile bireylerinin evlilik içi iletişimleri, evlilik hayatında yaşanan sorunlara karşı üretilebilecek çözüm önerileri, aileler arasındaki iletişim, aile sağlığı, aile hukuku, ev ekonomisi, tüketim alışkanlıkları, aile içi etkileşim araçları ve yardıma muhtaç aile bireylerine karşı yaklaşım tarzı gibi konular üzerinde çalışılmıştır (Eylem Planı Raporu, 2010: 11).

8. SONUÇ

İnsanlar devlet veya yerel yönetim birimlerinin sınırlarından önce aile kurumu sınırları içerisinde yaşamaktadırlar. Aile, insanı koruyan, eğiten, olumsuz dış etkenlerden uzak tutan en küçük toplumsal birimdir. İnsan eğitimi ilk önce aile içinde başlamakta ve insan aile kurumu içerisinde bir birey olduğunun farkına varmaktadır. Bu sebepten dolayı devletler aile kurumunu çeşitli kanun ve diğer yasal düzenlemelerle koruma altına almaya çalışmaktadırlar. Çünkü bir toplumun geleceği aile yapısının hangi ölçüde güçlü olduğu ile doğrudan ilişkilidir.

Aile politikası en kısa tanımı ile yönetimin aile kurumu hakkında almış olduğu kararlar ve bu kararların uygulanması aşamasını ifade etmektedir. Aile politikası başlığı altında çocuk yardımı, aile planlaması, sosyal yardımlar, gelir aktarımı, ailelerin konut sorunu gibi çok farklı alanlar değerlendirmeye alınabilmektedir. Bu alanları konu edinmek için kanunlar, sosyal politikalar, gelir transferi politikaları, çocuk bakım evleri ve aile sigorta hizmetleri gibi farklı araçlar aile politikaları kapsamında değerlendirilebilmektedir.

Yerel yönetimler halka en yakın hizmet birimleri olarak halkın günlük gereksinimlerin tamamını karşılayan yönetim birimleridirler. Bu sebepten dolayı bireyler merkezi yönetimden ziyade kendilerini yerel yönetimlere daha yakın hissetmektedirler. Merkezi yönetim ulusal savunma, adalet, iç güvenlik, milli eğitim ve genel sağlık gibi dışlanamaz ve bölünemez hizmetleri vatandaşlarına sunarken yerel yönetimler vatandaşların her an ihtiyacı olan yerel hizmetleri hızlı, kolay ve etkili bir biçimde yerine getirmektedir. Dolayısıyla bir ülkenin merkezi yönetiminden sonra gelen yerel yönetim sistemi üzerinde önemle durulması gereken bir konuyu oluşturmaktadır. Diğer bir yaklaşım tarzı ile yerel yönetimler toplum hayatına doğrudan etki edebilmektedir.

Aile toplumun temel kurumu olma niteliği ile her çağda ve her ülkede önem taşıyan bir olgu olarak güncelliğini korumaktadır. Aile bireylerin sosyalleştiği ve içerisinde bulunduğu toplumun değer yargılarını öğrendiği en temel eğitim kurumudur. Bireyler ilk olarak aile çatısı altında konuşmayı, yürümeyi, insanlarla iletişim kurmayı, toplumun onay verdiği ve vermediği unsurları öğrenmektedirler. Bu sebepten dolayı aile kurumu korunmayı hak eden bir unsurdur. Özellikle Türklerde aile kurumu oldukça önemlidir. Türk toplumunda bir aile içerinde yetişmenin ve bir aileye sahip olmanın değeri ölçülemez. Diğer bir ifadeyle aile Türk toplumu için kutsal bir değere sahiptir. Ancak gelişen teknoloji ve sanayileşmenin getirmiş olduğu yalnızlık ve özgürlük arayışları aile kurumunu doğrudan etkilemiştir. Geniş ailelerden çekirdek ailelere ve sonuç olarak da bireysel yaşama geçiş süreci artan hızda devam etmektedir.

Bireylerin evlenme yaşı büyümüş, evlenen kişilerin çocuk sahibi olma istekleri azalmış ve aceleyle yaşanılan bir hayatta aile kurumu göz ardı edilmeye başlanmıştır. Bununla birlikte yeni yetişen nesil aile kurma konusunda kararsızlıklar yaşamaya başlamıştır. Bu kararsızlık Türk aile yapısının bozulması riskini de arttırmaktadır. Bu riskin önüne geçebilmek için farklı önlemlerin alınması gerekmektedir.

Bu önlemler kapsamında devlete önemli görevler düşmektedir. Merkezi yönetim aile kurumunu korumak ve kollayabilmek için çeşitli kanunlar çıkabilmekte, bakanlık çatısı altında farklı politikalar üretebilmektedir. Ancak 70 milyonu aşan nüfusun tamamına tek bir merkezden ulaşmak imkânsızdır. Üretilen politikalar ve çıkarılan kanunlar Türk aile yapısını koruyabilmek için sınırlı derecede etkili olabilmektedir. Bu sorunun önüne geçebilmek için doğrudan aile kurumu ile iletişime geçilmesi gerekmektedir. Ancak merkezi yönetimin bunu

politika veya kanun yolu ile başarması imkânsızdır. Dolayısıyla halka en yakın ve ona kolay bir biçimde ulaşabilecek olan yerel yönetimlerin bu konuda desteğine ihtiyaç duyulmaktadır.

Yerel yönetimler ailelere ve aile kurmak isteyenlere maddi ve manevi olarak destek olmaktadırlar. Bu durumun örnekleri Türkiye'nin hemen her belediyesinde gözlemlenmektedir. Evlenmek isteyen kişilere para ve kullanım eşyası gibi maddi desteklerin yapılmasının yanında daha önemli duran psikolojik desteğin yapılmasıdır. Aileler belediyelerin açmış olduğu hizmet merkezlerinden ücretsiz bir biçimde faydalanabilmektedirler. Bu merkezlerde evli olan kişilere psikolojik destek verilmekte, boşanma aşamasına gelen evlilerin konuyu bir kez daha düşünebilmeleri için fırsat yaratılmakta ve gerçekte önemsiz konuların büyütülerek evliliklerin boşanma gibi olumsuz bir sonuç ile sonlandırılmaması için ailelere destek sağlanmaktadır. Aynı zamanda evlenmek isteyen kişilerin de bir aile kurmak ve eş olabilmek konularında desteklenmesi merkezlerin hedefleri arasındadır.

Bu amaçla "Yerel Aile" kavramı kapsamında belediyeler her aile ile doğrudan ilgilenmektedirler. Bu durumun Türkiye'de daha fazla yaygınlaştırılmasına ihtiyaç vardır. Bu uygulamanın Türkiye'de etkili bir biçimde uygulandığının ifade edilmesinin zor olmasının yanında uygulamanın yaygınlaştırılmasının gerekliliği üzerinde durulmaktadır. Sonuç itibarıyla aile kurumu Türk toplumunun temelini oluşturmakta ve güçlü toplum yalnızca güçlü bir aile yapısına sahip olabilmekle sağlanabilmektedir.

Kaynakça

Aile Danışma ve Destek Merkezi, <http://m.malatya.bel.tr/icerik/666/58/madem-aile-danisma-ve-destek-merkezi.aspx>, (Erişim Tarihi: 19.05.2018).

Aile Danışma Masası, <http://www.pendik.bel.tr/sayfa/detay/sosyal-yardim-isleri-mudurlugu%7Caile-danisma-masasi>, (Erişim Tarihi: 23.05.2018).

Ailelere Psikolojik Destek Verilecek, <http://www.e-psikiyatri.com/ailelere-psikolojik-destek-verilecek-31792>, (Erişim Tarihi: 19.05.2018).

Aile Sorunlarına Bölgesel Düzeyde Bakış (2010). T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Ankara.

Aksoy, İlhan (2011). "Türklerde Aile ve Çocuk Eğitimi", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 16, Kış 2011, s. 11-19.

Aylaz, Rukiye; Yekeler, Beliz; Çam, Hasan Hüseyin; Güneş, Gülşen (2009). "Ebelerin Doğal Aile Planlaması Yöntemlerine İlişkin Bilgi Tutum Ve Uygulamaları", Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi, Cilt 4, Sayı:10, s. 151-164.

Bahar, Halil İbrahim (2009). Sosyoloji, USAK (Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu) Yayınları, 3. Baskı, Ankara.

Başaran, Sermet (2014). "Yerel Yönetimler ile Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Arasındaki Hizmet İlişkileri", Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Cilt 23, Sayı 1, Ocak, s. 1-13.

Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu (1991). Aile Politikaları Karşılaştırmalı Ülkeler Panoraması, T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı Yayınları, Genel Yayın No: 7, Ankara.

Bener, Özgün ve Günay, Gülay (2012). "Gençlerin Evlilik ve Aile Yaşamına İlişkin Tutumları", Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt.2, Sayı: 1, s. 1-27.

Beşpınar, İnci (2008). "Yerel Yönetimlerin Aile Destek Hizmetleri Çalışmaları: Kadıköy Belediyesi Örneği", V. Aile Şurası "Aile Destek Hizmetleri" Bildirileri, T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, 5-7 Kasım 2008 Ankara, T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü Yayınları, Genel Yayın No: 137, s. 20-28.

Daly, Mary & Clavero, Sara (2002). Contemporary Family Policy A Comparative Review Of Ireland, France, Germany, Sweden and The UK, Institute of Public Administration, ISBN 1 902448 79 0, Dublin.

Eryılmaz, Bilal (2012). Kamu Yönetimi Düşünceler-Yapılar-Fonksiyonlar-Politikalar, Genişletilmiş ve Gözden Geçirilmiş 5. Baskı, Umuttepe Yayınları, Kocaeli.

Evlilik Okulu, <http://www.ankara.bel.tr/index.php?cID=3417>, (Erişim Tarihi: 19.06.2018).

Eylem Planı Raporu (2010). Kadına Yönelik Aile İçi Şiddetle Mücadele Ulusal Eylem Planı 2010 Yılı İzleme Ve Değerlendirme Toplantısı Birleşik Raporu, 25.05.2010-24.12.2010/ Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü.

Farrugia, Ruth & Abela, Angela (2007). "Avrupa Birliğinde Aile Politikaları", Günümüzde Aile (Family In The World And In Turkey) Uluslararası Aile Sempozyumu (International Smposium on Family), 02-04 Aralık/ December 2005 Eresin Topkapı Hotel/İstanbul, İslami İlimler Araştırma Vakfı, Tartışmalı İlmi Toplantılar Dizisi: 49, Milletlerarası Tartışmalı İlmi Toplantılar Dizisi: 11, s. 453-466.

Gerçek, Harika ve Pala, Kayıhan (2011). "Nilüfer Halk Sağlığı Eğitim Araştırma ve Uygulama Bölgesi'nde 15-49 Yaş Evli Kadınların Aile Planlaması Yöntemi Kullanımındaki Değişim (2002-2009)", Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi, Cilt: 37, Sayı: 1, s. 21-26.

Girgis, Sherif; Robert P. George; Ryan T. Anderson (2010). "What Is Marriage?", The Harvard Journal of Law & Public Policy, Volume;: 34, Number: 1 – Winter 2010, pp. 245-287.

Günindi, Yunus ve Giren, Songül Yaşa (2011). "Aile Kavramının Değişim Süreci Ve Okul Öncesi Dönemde Ailenin Önemi", Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı: 31, s.349-361.

Kadın ve Aileye Yönelik Çalışmalar (2010). "Resmî Kurumlar Ve Sivil Toplum Kuruluşlarıyla Çalışmalar", Din Hizmetleri Dairesi Başkanlığı İrşat Hizmetleri Şubesi Müdürlüğü Din Hizmetleri Dairesi Başkanlığı, TDV Yayın Matbaacılık, Ankara, s. 33-48.

Kağıthane Belediyesinden Kağıthane Ailesine Yeni Hizmetler, <http://www.kagithane.bel.tr/guncel/haber_detail/KAGITHANE-BELEDIYESINDEN-KAGITHANE-AILESINE-YENI-HIZMETLER/76/3129/0>, (Erişim Tarihi: 15.06.2018).

Karaman, Hayrettin (1992). "İslamın Getirdiği Aile Anlayışı", Sosyo-Kültürel Değişme Sürecinde Türk Ailesi II, T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları, Yayın No: 71, Bayrak Matbaacılık, Ankara, s. 6-16.

Keleş, Ruşen (2012). Yerinden Yönetim ve Siyaset, Genişletilmiş 8. Basım, Cem Yayınevi, İstanbul.

Kılıç, Selim ve Özel, Mehmet (2006). "Yerel Yönetimlerin Konut Politikaları Üzerine Bir İnceleme - Çeşitli Ülke Deneyimleri Ve Türkiye", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 15, Sayı 1, s.207-228.

Negiz, Nilüfer (2011)." Sosyal Yardım Ve Sosyal Hizmet Faaliyetleri Açısından Isparta Belediyesi: Farkındalık, Yararlanma Ve Değerlendirme Açısından Bir Araştırma", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:16, Sayı: 2, s.323-341.

Ökmen, Mustafa ve Parlak, Bekir (2008). Kuramdan Uygulamaya Yerel Yönetimler İlkeler Yaklaşımlar ve Mevzuat, 1. Baskı, Alfa Aktüel Yayıncılık, İstanbul.

Ören, Kenan ve Yüksel, Hasan (2013). "Türkiye'de Konut Sorunu Ve Temel Dinamikleri", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl: 2013/2, Sayı:18, s. 47-84.

Parlak, Bekir ve Sobacı, Zahid. (2012). Ulusal Ve Kültürel Perspektifte Kamu Yönetimi Teori Ve Pratik, Gözden Geçirilmiş ve Geliştirilmiş Dördüncü Baskı, MKM Yayınları, Bursa.

Suğur, Nadir ve Doğru, Emma Saygı (2010). "Koruma Altındaki Çocukların Aile Ve Devlet Algısı Üzerine Bir Araştırma", Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Cilt: 65, Sayı: 1, s. 115-133.

Şen, Rahime Beder ve Demirkan, Semra (2008). "Türkiye'de Aile Eğitimi ve Yerel Yönetimler/Sivil Toplum Örgütleri İçin Uygulamalı bir Model Önerisi", V. Aile Şurası "Aile Destek Hizmetleri" Bildirileri, T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, 5-7 Kasım 2008 Ankara, T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü Yayınları, Genel Yayın No: 137, s. 114-127.

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, <http://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa_2011.pdf>, (Erişim Tarihi: 16.07.2018).

Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe Sözlük,

<http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5a4cefba4f6d11.71240279>, (Erişim Tarihi: 17.07.2018).

Yıldırım, Uğur ve Göktürk, İsmail (2008). "Toplumsal Sorunların Çözümünde Yeni Belediyecilik Anlayışı: Sosyal Belediyecilik Yaklaşımı", Yerel Siyaset Ve Sosyal Belediyecilik, 1. Ulusal Yerel Yönetimler Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 23-24 Ekim 2008 Kültür Ve Kongre Merkezi Esentepe Kampüsü-Sakarya, T.C. Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Erkam Matbaası, Sakarya, s. 237-257.

Zengin, Eyüp ve Kesgin, Mücahit (2013). "Yerel Yönetimlerin Çocuk Suçluluğunun Önlenmesinde İlgili Kurumlarla Etkileşimi", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 37, Temmuz, s. 13-32.

5393 Sayılı Belediye Kanunu, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5393.pdf>, (Erişim Tarihi: 19.07.2018).

Yerel Yönetimlerin Vatandaşlık Bilincinin Oluşturulmasında Sosyal Medyanın (Twitter) Rolü: Kadıköy Belediyesi Örneği

Bilim Uzmanı Mahir Gün[1]

[1]Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi, mahir_gun@hotmail.com

Özet: Demokratik toplumlarda devletlerin vatandaşlarıyla doğrudan iletişim kurabildiği en etkili yol kitle iletişim araçlarıdır. İleri teknolojideki hızlı gelişim ve değişim, sosyo-kültürel değişimlere yol açmış ve bu değişimlerde, sosyal medyanın rolü tartışılmaz öneme sahip olmuştur. Sosyal medyanın özellikle çalışmada üzerinde durulan bir mikroblog olan Twitter'ın haber alma, bilgi edinme ve aktif katılım sürecindeki rolü, yerel yönetimlerde vatandaşların sorunlarına çok çabuk ve etkin cevap verilebilecek bir yer olması,aynı zamanda vatandaşa dikey yolla bilgi aktarımında bulunması vatandaşlık bilincini geliştirecek bir alan açmıştır. Yerel yönetimlerde vatandaşın yönetime aktif katılımını kolaylaştıracak araç olan sosyal medya ile müzakereci demokrasinin işlevselliğinin önemi önemli bir konu olmuştur. Bildiride, vatandaşların sorunlarını en yakın iletebildiği birim olan yerel yönetimlerle diyalojik ilişkinin sağlayıcısı olarak kabul edilen yeni medyanın (twitter) işlevselliği Kadıköy Belediyesi örneği üzerinden incelenmiştir. Çalışmanın amacı; Vatandaşlık bilincinin oluşturulmasında Kadıköy Belediyesi'nin sosyal medyanın yatay iletişimi kolaylaştırmasından yola çıkarak diğer belediyeler için rol-model olabileceği iddiasını tartışmaktır. Araştırmanın evrenini İstanbul İli yerel yönetimler; örneklemini ise Kadıköy Belediye'si oluşturmaktadır. Çalışmada veriler sosyal medya (twitter) yoluyla manuel seçim ile elde edilmiş ve mülakat (yüzyüze görüşme) yapılmıştır. Bu verilerin yanında internet haberleri web collector verisi olarak toplanan verilerde eklenmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi kullanılarak analiz edilmiştir. İlk olarak, örneklem grubundaki tweetlerin görselleri MAXQDA yazılımına yüklendikten sonra frekans analizi sonucunda belirlenen kodlarla içerik analizi yapılmıştır. İçerik analizine ek olarak nitel araştırma tekniği olan eleştirel söylem analizi ile örneklem grubundaki derinlemesine yarı yapılandırılmış görüşmeler de tekrar MAXQDA yazılımına yüklenerek eleştirel söylem analizi yapılmıştır

Anahtar Kelimeler: Yerel Yönetimler, Vatandaşlık, Sosyal Medya (Twitter)

1. GİRİŞ

Küreselleşme ile birlikte özellikle 19.yy'dan itibaren demokrasinin olmazsa olmaz unsuru vatandaş kavramı dönüşmüştür. Dünyanın 'küresel bir köy'e dönüşmesinde teknolojik gelişmelerinin devletleri ve sosyal yaşamı etkilemesiyle bilgiye ulaşımın kolaylaşması sağlanmıştır. Klasik demokrasi kuramları, dönüşen vatandaşın taleplerini karşıyalamaz hale gelmiş ve bunun sonucunda temsili demokrasinin ve liberal demokrasinin meşruiyet krizi yaşanmış; bu krizin çözümü olarak ise müzakereci demokrasi kavramı ortaya atılmıştır. Bu çalışmanın amacı; enformasyon toplumu olarak tanımlanan dönüşen vatandaşın devletlerin sınırlarını zorlamasına ön ayak olan teknolojik gelişmeler neticesinde yeni bir iletişim ortamı sunan internet üzerinden sağlanmasıyla aktif vatandaş katılımının, ortak bir alanının, sorunların sonucu yerine çözümüne giden süreçlere önem veren ve bu sorunların dile getirilip ortak akılla çözüme gitmesinde önemli bir ölçüt olan vatandaşlık bilincini artırıp arttırmadığını incelemektir. Demokrasinin en önemli unsuru olan halka en yakın birim olan ve devletlerin taşra teşkilatında yer alan yerel yönetimlerin demokrasiye bakış açısı ve pratikte uyguladıkları şüphesiz ki genel anlamda topluma ve devletin merkezi yapısını da etkilemektedir. Halkın birarada olduğu alanlara genel olarak kamusal alan denilmektedir. Günümüzde iletişim olanaklarının gelişmesiyle internet mecrasında sosyal ağların yeni bir kamusal alan yarattığı düşünülmektedir. Buradan hareketle özellikle vatandaş-vatandaş, kurum-vatandaş arasında yatay iletişimin pratikte gözlemlendiği twitter üzerinden bir inceleme yapılmıştır.

2. YEREL YÖNETİMLER

Yerel yönetim, sözcük olarak Fransızca "decentralisation" kelimesinin Türkçeye çevrilmiş halidir. Yönetim biliminde; ilgili kelimenin karşılığı eskiden "adem-i merkeziyet" olarak kullanılmıştır. Adem-i merkeziyet; merkez teşkilatına ve hiyerarşine dahil olmaksızın bir takım organlar tarafından yürütme kararlarının alınmasını gerektiren bir sistemdir (Dönmez, 1996: 4) .

Adem-i merkeziyetin iki şekilde bulunur: "Birincisi, yetki genişliği ilkesiyle merkezi yönetimin birtakım yetkilerini taşrada oluşturulan teşkilata devretmesidir. İkincisi ise birtakım işleri görme yetki ve sorumluluğunun tüzel kişilik sahibi özerk kurumlara bırakılmasıdır" (Polat, 2014: 114-115). Yerel yönetim, yerel halkın ihtiyaç duyduğu ve kamunun tamamını alakadar eden hizmetleri yerinde gören kamu tüzel kişiliğine sahip örgütsel yapı

anlamında kullanılan bir kavramdır. Adem-i merkeziyet/ yerellik (subsidiarity) ilkesine uygun olarak bütün modern devletlerde atanmış ya da seçilmiş organlarıyla var olan yerel yönetim, her şeyden önce demokratik bir hizmet sağlama birimini anlatmaktadır(Çukurçayır, 2009: 36).

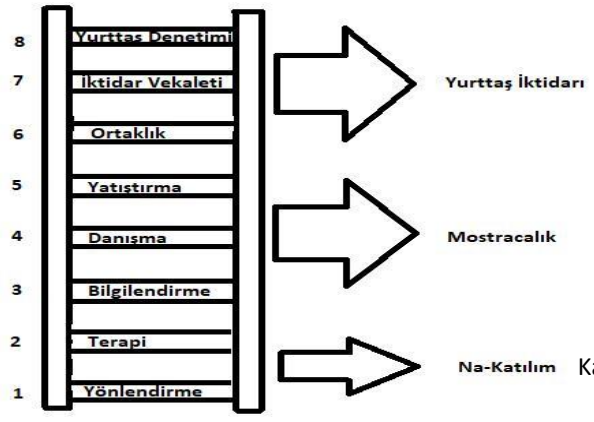
1988 yılında, Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü (TODAİE), tarafından Kamu Yönetimi Araştırma Projesi (KAYA) hazırlanmış ve 1991 yılında sunulmuştur. Bu projeye göre yerel yönetimler düzeyinde, demokrasi ve katılım kültürünü gelişimine ilişkin bir takım görüş ve önerilerde bulunulmuştur (TODAİE, 1991). KAYA projesinden hareketle DPT tarafından 6. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (1990-1994) ise yerel yönetimler ile ilgili olarak, hizmetlerin yerinden yönetim ilkesine uygun bir şekilde ve daha da önemlisi, yerel hizmetler ile ilgili "karar alma", "uygulama" ve "denetleme" sürecinin, yerel yönetimler ile yörede yaşayan hemşeriler arasında kurulacak iletişime dayalı olarak gerçekleşmesi öngürülmektedir (DPT, 1989: 320); 1990lı yıllarda ise gündeme yavaş yavaş "hesap verebilirlik", saydamlık", "açıklık" gibi ilkeleri benimseyen "yönetişim" kavramı girmiştir. Bu dönemde Avrupa Birliği'nin yerel yönetimlere bakışı ve Türkiye'den beklentiler çerçevesinde Türkiye'de yerel yönetimlerin özerkliği ve karılım kültürü açısından büyük önem taşıyan bir belge olan "Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı" imzalanmıştır. Türkiye'de Yerel Gündem 21 (1998) ve Habitat-II(1996) uygulamaları ilk kez bu dönemde kendini göstermiştir. Yerel Gündem 21, "yönetişim anlayışına dayalı bir demokrasi geliştirme projesi"dir. (Göymen, 2000: 11), Habitat –II de Yerel Gündem 1 ile ortak hedeflere sahiptir ve "yaşanabilirlik ile birlikte benimsenen "sürdürülebilirlik" ilkesinin (Tekeli, 1996: 70) hayata geçirilmesini öngörmüştür. "1980-2003 dönemi askeri darbenin gölgesinde başlamıştır ve özellikle yerel yönetimler açısından demokrasi ve katılım kültürünün gelişimine engel teşkil etmiştir. Ancak, devam eden yıllarda ekonomik gelişmelerle birlikte toplumsal, siyasal ve yönetsel kültürde değişiklikler meydana gelmiş; dışa açık ve yenilikçi girişimler neticesinde katılım kültüründe de olumlu değişimler gözlenmiştir. 1990'lı yıllar ile birlikte bir takım dış gelişmeler ve teknolojinin gelişmesinin de etkisiyle ortaya çıkan "küreselleşme", "enformasyon toplumu" , "postmodernite gibi kavramlar, diğer kültürel algılama ve anlayışları etkilediği gibi katılım kültürünü de olumlu yönde etkilemiştir(Kocaoğlu, 2015: 189).

2.1. Yerel Yönetimler ve Demokrasi

Demokrasi ile yerel yönetimlerin ilişki içinde olmasının zemini komün yönetimlerinden almaktadır. Komünler içinde olduğu dönemde demokrasinin evi olarak görülmüşler ve o dönemin hükümetlerine karşı hep özgürlüğün, eşitliğin, katılımın ve kendi kendini yönetmenin örneğini oluşturmuşlardır. Bu komünler 11.yy'da ortaya çıkmış, 16. yy'da işlevlerini kaybetmeye başlamış 19.yy'da yerel yönetimlerle tekrar kullanıma çıkmaya başlamıştır. Bu birimlerin özellikle İngiltere gibi ülkelerde demokrasinin sağlanmasında pek çok önemli görevler yürüttüklerini söylenebilir (Görmez, 1997: 12-13). Çalışmanın da anahtar kavramlarından biri olan vatandaşlık bilincinin demokrasi ile paralel bir boyutta ilerlediğini düşünerek buradan hareketle vatandaşlık bilincinin oluşturulması için temel bazda yerel demokrasinin gelişmesi gerekmektedir.

"John Stuart Mill (1997) , yerel yönetimleri demokrasinin eğitim mekânları olarak betimlemiş ve ona göre vergi vermekle sorumlu vatandaşların yönetimde söz sahibi olmaları gerekmektedir. Onlara her zaman için danışılmalı ve yapılanlar için bilgilendirmelerdir diyerek demokratik ve katılımcı bir mekanizmanın aslında bir vatandaş sorumluluğundan kaynaklandığı belirtmiştir. Demokrasiden bahsetmemiz için öncelikle katılım unsurunun gerçekleşmesi gerekmektedir. Yerel yönetimlerde demokratikleşme çabalarından ve argümanlardan söz etmek gerekirse öncelikle katılım boyutunu incelememiz gerekir.

Şekil 1. Arnstein Katılım Basamakları



Kaynak: Arnstein, 1969'dan aktaran; Bayraktar, 2014: 53

Şekil 1. de sekiz basamaktan oluşan katılım yelpazesi, üç temek bloktan oluşur. Yönlendirme ve Terapi basamaklarından oluşan ilk Na-katılım bloğu, geleneksel iktidar odaklarının kendi doğrularını vatandaşlara farklı biçimlerde onaylatan mekanizmaları içerir. Bu aşamada yurttaşların herhangi bir girdi sağlama durumu yoktur. Onlar yöneticilerin bilgilendirmelerini takip etmekten sorumlu, pasif bir kitledir. Arnstein'in "tokenism" adını verdiği ikinci bloğu Bayraktar " Mostracılık" olarak çevirmiş; mostra "bir malın sergisinde müşteriye bakan kısma konulan en kaliteli ürünlere verilen isim" olarak tanımlanmış, göstermelik kaliteyi simgeler. Bu anlamda mostracı katılım, vatandaşların bilgilenmesi ve aynı zamanda birtakım katkılar sağlamasını mümkün kılar. Ama vatandaşların girdilerinin siyasi güç tarafından dikkate alınıp alınmayacağının bir garantisi yoktur. Çoğu zaman sadece göstermelik bir katılım süreci hayata geçirilir. Demokratik katkısı garantili olan katılım türlerine ancak son blokta ulaşabiliriz. Bu kattaki ortaklık, delege edilmiş iktidar ve yurttaş denetimi basamakları, yurttaş katılımının demokratik bir yönetime hizmet edebildiği düzeyleri işaret eder(Bayraktar, 2014: 54).

Ülkemizde katılım kavramını yasal zemine oturtan 5393 sayılı Belediye Kanununun 13. Maddesinde:

> *Herkes ikamet ettiği beldenin hemşerisidir. Hemşerilerin, belediye karar ve hizmetlerine katılma, belediye faaliyetleri hakkında bilgilenme ve belediye idaresinin yardımlarından yararlanma hakları vardır. Yardımların insan onurunu zedelemeyecek koşullarda sunulması zorunludur…Bu çalışmalarda üniversitelerin, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının, sendikaların, sivil toplum kuruluşları ve uzman kişilerin katılımını sağlayacak önlemler alınır.*

Katılımın kurumsal bir yapıya bürünmesi açısından ise 76. Maddede "kent konseyleri" tanımlanmıştır:

> *Kent konseyi, kent yaşamında; kent vizyonunun ve hemşerilik bilincinin geliştirilmesi, kentin hak ve hukukunun korunması, sürdürülebilir kalkınma, çevreye duyarlılık, sosyal yardımlaşma ve dayanışma, saydamlık, hesap sorma ve hesap verme, katılım ve yerinden yönetim ilkelerini hayata geçirmeye çalışır…Kent konseyinde oluşturulan görüşler belediye meclisinin ilk toplantısında gündeme alınarak değerlendirilir. Kent konseyinin çalışma usûl ve esasları İçişleri Bakanlığınca hazırlanacak yönetmelikle belirlenir.*

"Temsili demokrasinin bir aracı olarak farklı katılma yöntemleri uzun yıllardır kullanılmaktadır. Ancak son yıllarda, içselleştirilmiş olan bu katılma yöntemlerinin eksikliği, karşılıklı etkileşime dayanan, daha aktif bir katılım için gerekli olan yeni yöntemlerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur bunlar; "oy verme", "yerel referandum", "halka başvuru ve davet yöntemi", "halkın vetosu", "geri çağırma(recall), "halk toplantıları: mahalle forumları ve kent konseyleri", "kent meclisleri", "meclis toplantıları", "hemşehri girişimleri ve toplumcu örgütlenme faaliyetleri", "hemşehri danışma kurulları", "hemşehri panalleri, hemşehri jürileri ve odak gruplar", "yuvarlak masa toplantıları", "bireysel başvurular ve dilekçe", "gönüllü katılım", " kamuoyu yoklamaları ve kamusal anketler", "yerel ombudsman ve arabuluculuk", " bilişim teknolojileri ve kullanımı: telefon ve internet" olarak çeşitli katılma yolları vardır"(Kocaoğlu, 2015: 74-96).

Bugün dünyanın temel aldığı demokratik yerel yönetim modeli Yunan ve Roma örnekleri üzerine kurulmuştur. Bu kurum ve kurallarıyla 18. ve 19. Yüzyıllarda ortaya çıkmış ve diğer coğrafyaları etkileme başarısı göstermiştir. "Örneğin İngiltere'de bugünkü yerel yönetimlerin oluşumu 1707'en başlarken Osmanlı'da 1839 Tanzimat Fermanı'yla başlamıştır" (Çukurçayır, 2009: 41). Yeni toplumsal işbölümü çerçevesinde tek aktörün (devletin) baskınlığını aramak yerine yerel, ulusal, uluslararası ölçekte yeni aktörlerin devreye sokulması önem kazanmaktadır. "Yeni ilişkiler içerisinde demokratiklik, açıklık, hesap verebilme, çoğulculuk, kararların ve hizmetlerin mümkün olan en alt düzeyde üretilmesi (subsidiartiy) öne çıkmaktadır".

Bütün bu önemli noktalar, devletin vatandaşa en yakın birimi olan yerel yönetimlerin, etkin birer aktör olabilmeleri için kendilerinin değişmeleri gerekliliğine işaret etmektedir (Göymen, 2000: 9). Artan iletişim olanakları, bilginin vatandaşa yoğun ve sık ulaşması sonucu, bireyin siyasal ve yönetsel alana ilgisi artmaktadır. Özellikle yerel alanda, kurumsal katılım fırsatlarının oldukça az olmasına rağmen, halkın yerel yönetim etkinliklerini daha bir ilgiyle takip ettiği ve etkileme yolları araştırdığı gözlenmektedir. Yerel düzeyde, vatandaşın yöneticilerle karşılıklı etkileşimin daha kolay ve geniş yelpazede olması, vatandaş ile kurum arasında bilgi akışının vatandaş kadar kurumu da bilinçlendiren bir alan oluşturmaktadır; "nüfusun göreceli homojenliği ve

yerel sorunların da topluluğun çoğu için aynı anlamı taşıması, yerel siyaset açısından katılımcı bir yapılanmayı kolaylaştırıcı etkenlerdir" (United Nations, 1971: 31-33).

2.2. Yönetişim ve Vatandaş Bilincinin Oluşturulması

"Yönetişim" kavramının ekonomi, siyaset ve sosyal bilimler alanında hızla yaygınlaşan bir kullanıma sahip olması yeni bir olgudur. Kelime olarak kökleri 13. Yy. Fransızcasına dayanan yönetişim, ilk defa 1970'lerde Chicago Okulu'nda, şirket işletmesinde yönetim kurullarının merkezi gücünü hissedarlar lehine dengelemek ve işletmeye daha etkin katılımlarını sağlamak, işletmeyi daha şeffaf ve hesap verebilir hale getirmek için bir kavram olarak ortaya çıkmıştır (Uçkan, 2003: 5). Yönetişim sosyal bilimlerde ilk kez, 1989 tarihinde Dünya Bankası tarafından yayımlanan bir raporda, "good governance" (iyi yönetişim) başlığı altında kullanılmıştır ve genel olarak yönetişim literatürü ile paralellik göstermektedir. "İyi yönetişim anlayışı, hemşerilerin birbirleri ve yönetim kademeleri ile yatay iletişimde bulunmalarını; ulusların kaynaklarının büyümek amacıyla kullanılmasını; teknolojik gelişmelerin yönetsel süreçlere daha fazla dahil edilmesini; yönetim mekanizmalarının da şeffaf, hesap verebilir, halkın talep ve beklentileri ile hukukun üstünlüğüne duyarlı olarak faaliyet göstermesini öngörür" (World Bank, 1989).

"Yönetişim ile "tek özneli, merkezi, hiyerarşik bir yapılanma çerçevesinde araçsal rasyonelliği ön plana alan", tüm kaynakları ve yetkileri kendisinde toplayarak üreten yönetimden vageçilerek; "desantralize ağlar içerisinde, iletişimsel rasyonelliği öne çıkartan"; yerel yönetim birimleri başta olmak üzere, farklı pek çok aktörün yönetsel sürece dahil olduğu ve her şeyden önemlisi, söz konusu aktörler "yapabilir kılan, yönlendiren" bir yönetsel anlayışa geçişin sağlanması amaçlanmaktadır (Tekeli, 1996: 6). Yalnızca hak talep eden vatandaşlık anlayışı yerine, sorumluluklarının farkında olan aktif bir yurttaşlık kavramını ön plana çıkarır; vatandaş sadece yönetilen değil, yönetim kademesinde söz sahibi olarak "paydaş"tır, Göymen (2003: 72-73), yönetişimle alakalı olarak yönetici kademesinin her istediğini yapamayacağı bir sınırlandırma çizdiğini söylemektedir. "Başkanlarına danışmadan en iyisini ben bilirim, ben yaptım oldu, belediye başkanlarımızın, belediye meclis üyelerimiz, il genel meclis üyelerimizin diyememeleri anlamına geliyor. Ciddi kısıtlar getiriyor onu bilmemiz de yarar var" (Göymen, 2003: 72-73). Aynı zamanda yerel yönetimlerin "faaliyetlerine meşruiyet kazandırıp, temsili demokrasinin eksiklerini, bir ölçüde, giderebilir" (Göymen, 2010: 92).

Yerel yönetişim, çeşitli katılımcı yöntemlerle ilgili aktörleri sürece katmayı ve planlamayı, karar verme süreçlerinde hesap verebilirliği ön planda tutan bir yerel planlama ve yerelde siyaset üretmenin yanında; karar vermeyi ve ortak akıl ile alınan politika ve planları uygulaması ve kaynak kullanımının da vatandaşın hesap sorabilmesi olarak yerel hesap verebilirliği kapsamaktadır (Şen, 2014:70). Uzlaşma ve diyalog kavramlarının hakim olduğu yönetişimi öncelikle halkın özgür iradesi ile seçim yapmasını ve onlara yönetme hakkı vermesini; ardından yöneticilerle etkileşim halinde bulunarak kamusal kararlara katılmasını ve son olarak da onlarını denetlenmesi öngörmektedir (Aktan, 2003: 18). Yönetişim niteliklerinin doğal bir sonucu ve süreci olarak gerek kamu kurumları gerek vatandaşları daha demokratik davranmaya ve demokratikleşme ile paralel bilinçlenmeye itmektedir.

Demokrasi 'vatandaşlık' kavramına özel bir değer yükler. Demokrasinin olmadığı toplumlarda bireylerin bir vatana bağlı olma durumları da vatandaşlık olarak adlandırılsa bile, haklar ve sorumlulukları bakımından günümüz çağdaş dünyasında işlevsel bir değer taşımayabilir. Eğitim, demokrasinin yaşamasında en önemli faktörlerden biridir. Demokrasi anlayışı ve demokratik anlayışların gelişmediği ülkelerde hürriyet rejimi tehlikeye girer (Büyükkaragöz,& Kesici, 1998 : 51). Devletler ortak geleceklerini garanti altına almak ve toplumsal düzeni sağlıklı bir şekilde yaşatmak için insanlar arasında güçlü bağlar oluşturmalıdır. İnsana saygı gösterme, değer verme, hoşgörü, paylaşma her vatandaşın yaşamak istediği toplumsal beklentilerdir. Bu beklentiler insanların kendilerine, birbirlerine ve devletlerine karşı yerine getirmek zorunda oldukları kuralları içerir. Karşılıklı ilişkiler hem yasal hem de informal anlamlarda değerini bulur. Ancak yasallık, keyfiliğe engel olması açısından önemlidir.

Yerel yönetimleri de bir demokrasi okulu olarak görürsek, vatandaşlık bilinci ve demokrasi ilişkisi çerçevesinde yerel yönetimler vatandaş bilincini oluşturma da bir okul olarak davranabilir. Günümüzde özellikle iletişim teknolojilerin gelişimi ile birlikte vatandaşa dokunmak çok daha işlevsel hale gelmiştir.

2.3. Sosyal Medya ve Twitter

"İnternet temelli teknolojilerin interaktif iletişime dönüşmesi ile özellikle son 15 yılda hızla artan bir oranda yükselişe geçen web 2.0 alanında "sosyal medya" araçları, hem toplumda kolektif eylemlerin önündeki engelleri, hem de grup tepkisinin önündeki engelleri ortadan kaldırmaktadır" (Shirky, 2008: 135 aktaran ; Erbay :151). Teknik bir bakışla sosyal medya "internetin gelişmesiyle bireyleri farklı bireylerle sanal uzamda buluşturan web tabanlı hizmetler şeklinde tanımlanıyor" (Kırık, 2014: 27; Toprak ve Yıldırım, 2009: 21). Sosyal medyayı kavramının temelini oluşturan 'sosyal ağlar' bireylere belli bir sınırlı sistem içinde kamuya açık profil yaratma, bağlantılarını paylaşan diğer kullanıcıların listesinde bulunma ve bağlantı listelerini, sistem içinde etkinliklerini görme ve incelemeye izin veren web tabanlı servisler olarak tanımlanmaktadır (Boyd ve Ellison, 2007: 211). Bu sosyal paylaşım ağları; iletişimin çeşitli araçlarla (kelimelerle, görsellerle, ses dosyalarıyla) kurulduğu etkileşimli alanlardır; yediden yetmişe her kullanıcıyı sistemine dâhil eden sosyal paylaşım ağlarında bireyler birbiriyle iletişim kuruyor; ses, görüntü, veri içeriklerini paylaşıyorlar. Kullanıcıların paylaşım yapacağı hedef kitleyi belirleyecek yetkiye sahip olmaları sosyal medyaya olan ilgiyi artırıyor. Fakat bu ağlar bireylere sadece sohbet ve paylaşım imkânı sunmakla kalmıyor, aynı zamanda bu aracıların katkısıyla diğer birey ve kurumlarla etkileşim içine girip birbirini etkileyen sosyal ağ kullanıcıları oluyor. Diğer kitle iletişim araçlarından alamadığı bilgi ve içerikleri daha hızlı ve saydam şekilde alarak, kendisi de dâhil olabiliyor (Kırık: 2014:27). 'Sosyal medya' ise içeriğinin belli kesimler tarafından değil, tüm internet kullanıcıları tarafından oluşturulduğu yukarıdan aşağıya değil, tam tersi toplum kesimlerinden, diğer grup ve kesimlere yatay bir bilgi akışının olduğu her iletişim aracının bulunduğu internet alanlarıdır (Özhan, 2014: 166). Yukarıdaki tanımlamalara bakıldığında genel olarak sosyal medya, "kişisel iletişim ve kamusal medya arasında bir yakınsama belirtir" (Meliekle ve Young, 2012:68). Literatüre bakıldığında ise sosyal medyanın özellikleri beş ana başlıkta şöyle toplamak mümkündür (Talimciler, 2013: 17) :

1)Katılım: Sosyal medya, iletişim kurulan kişilerin geribildirimde bulunması ve gerekli katkılar göstererek katılımı destekler.

2)Açıklık: İçeriğe erişimi destekler ve engellemeleri ortadan kaldırır.

3) Karşılıklı Konuşma: Geleneksel medyada daha çok tek taraflı bir iletişim söz konusu iken sosyal medyada çift taraflı bir interaktif iletişim söz konusudur.

4) Topluluk: Sosyal medyada topluluklar aynı ilgi alanı etrafında toplanır ve bu topluluklar hızlı büyür.

5) Bağlantısallık: Sosyal medya ağları bağlantısaldır. Kullanıcılara reklam ile diğer içerik ve servislere linkler vererek oradan farklı içeriklerle bağlantı kurulmasına olanak tanır.

Mayfield'e (2008: 6) göre sosyal medyanın altı türü vardır bunlar; Facebook gibi geniş sosyal ağlar, online haberciliğin ve metin yazımının olduğu bloglar, wikipedia, online yayın yapan podcastlar, belli bir önemli konu etrafında fikirlerin beyan edildiği forumlar, içerik toplulukları ve twitter gibi mikrobloglardan oluşmaktadır.

Bir sosyal medya ağı olan Twitter ise; "Bir blog, belirli aralıklarla yayınlanan gönderilerden en yenilerin ilk olarak gösterilmesi için gönderilerin ters kronolojik sırayla düzenlemesi özelliklerine sahip olan bir web sitesidir. Bir mikroblog, blog kavramının daha ileri bir gelişimidir: Bir kişi bir kamuyla kısa mesajlar paylaşır ve her kullanıcı bu mesajları takip eden bir kişi listesine sahiptir. Mikrobloglama çok sayıda insana çevrimiçi SMS göndermek gibidir. Bir mikroblog "İnternet tabanlı bir hizmettir. Jack Dorsey tarağından yayına açılan 240 karakterle sınırlı içerik üretilen; Mart 2006'da kurulan Twitter'dır. "Günümüzde, insanlar yalnızca dünyada önemli olayları öğrenmek istediklerinde değil, bir çok durumda, yurttaşların o olaylar hakkında neler düşündüklerini öğrenmek istediklerinde de başvurdukları ilk yerdir Twitter" (Halavais, 2016: 79). Bir Twitter kullanıcısı ister birey ister kurumsal hesap olsun, takip ettiği insanları "listelere" bölerek günlük toplam hacmi çok fazla olabilen tweetleri okumayı kolaylaştırabilmektedir. Beğenilen tweetler işaretlenebilmekte, istenilirse "retweet" tabir edilen bir işlemle, ilgili içeriği kendi hesabındaki listelere paylaşabilir . Ayrıca, bir tweetin başına "#" işareti koyarak o tweete bir "konu başlığı" ya da "yayın kanalı" yaratılabilmektedir. Aynı şekilde tweetlerin altında olan "paylaş" butonu ve favorilere alma butonu ile ilgili içeriği beğenip paylaşabildiğiniz bir alandır.

Twitter'ın diğer sosyal ağlardan ayırt edici özellikleri şöyle sıralanabilir (Arslan- Yeğen, Binark, 2011: 164-166):

Etkileşim; "kamuoyu profili güçlü" insanların mesajlarının izlenmesinin kolaylığı, çoğunlukla gerçek kişilere dijital erişimin kolaylığı ve gerçek hayatta erişilmesi zor olan gerçek ve tüzel kişilerle iletişime geçilebilmesi.

Duyuru; Twitter'ın çok kullanıcının ziyaret ettiği bir yer olması, İnternet'te başka mecralarda içerek üreten kullancıların içeriklerini duyurmak amacıyla tweetler yazmalarını sağlıyor.

Kamusallık; Diğer sosyal medya ağlarıyla kıyaslayınca Twitter'da takipçilerle takip edilen arasındaki mesafenin daha büyük olması. Binlerle milyonlar arasında değişebilen kullancıılar, sosyal hayatlarında daha yakınlarında olan takipçilerle doğrudan etkileşimi sürdürseler de, daha çok kalabalık bir izleyici kitlesi kaşrısında sahneye çıkmış bir performans sanatçısı gibidirler. Aynı şekilde birbirlerini takip etmeyen insanların bile "retweet", "#", "@" gibi etkileşim kanallarıyla alakalı içerikleri görüp etkileşime girebilir.

Hız ve Basitlik; Tweet mesajlarının 280 karakterle sınırlı olması ve herhangi bir metin editörü arayüzü olmadan, olağan bir cep telefonu mesajı yazlılır gibi yazılabilmesi kullancıılar için çok sık Twtter kullanmayı cazip kılmaktadır.

İlgii Alanı Üretimi; "Hashtag" yani "konu etiketi" kullanarak sizinle aynı fikirde aynı ilgi alanında olan ve konuyla alakalı içerik üreten insanları takip etmenizi veya o konu hakkında bilgi edinmenizi sağlayabilir.

Twitter'ın bu özelliklerinden yola çıkarak kullanıcılarını basit yapısının ve herkese açık oluşunun özgürleştirici bir unsur olmasıyla öne çıkarak; ağ kavramı içerisinde yeni bir kamusal alan yarattığı ve katılımın artmasıyla demokratikleştirici bir etkisinin olduğu düşünülmektedir. "Twitter'ın olanak tanıdığı açık, şeffaf, düşük eşikli enformasyon ve fikir alışverişi sosyal bağlanırlığı kolaylaştırarak, siyasal söylemlerin yapısının kamusal tartışmayı genişletecek şekilde yeniden yapılandırılmasına yönelik büyük bir umut vaat etmektedir"(Wellner vd., 2016: 404).

3.YÖNTEM VE BULGULAR

Bu bölümde öncelikle araştırmanın amacı ve önemi belirtilmiş ve araştırmanın bulgularını ortaya çıkarmaya yardımcı olan veri toplama yöntemi detayları ile açıklanmıştır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın konusu, yerel yönetimlerin sosyal medya (twetter) kullanıcısı olan öznelerin (vatandaşların) attıkları tweetler yoluyla karşılaştıkları kamusal alanda bu tweetlerin yerel yönetimler tarafından ivedilikle cevaplanarak öznelerin sorunlarının çözümlenmesi/çözümlenememesi; talep ve arzuların karşılanması/karşılanamaması yoluyla müzakereci demokrasinin inşa edilmesindeki diyalojik ilişkisi Kadıköy Belediye'si örneği ile somutlaştırılacaktır. Çalışmanın birbiriyle ilişkili iki amacı bulunmaktadır. Bunlardan ilki yerel yönetimlerin müzakereci demokrasinin oluşmasında katkısı olup olmadığını açıklamak ve ikinci olarak da; müzakereci demokrasi yolu ile vatandaşlık bilincinin oluşturulmasında Kadıköy Belediyesi'nin sosyal medyanın yatay iletişimi kolaylaştırmasından yola çıkarak diğer belediyeler için rol-model olabileceği iddiasını tartışmaktır. Hesse-Biber araştırma sorularının oluşturulmasına etkileşimli alternatif bir yol çizmiştir: "1- Araştırma sorularının hazırlanması, 2-Yöntemlerin uygulanması, 3- Veri analizi ve yorumlama, 4- Yeni araştırma soruları kümesi, 5- Yöntemlerin uygulanması, 6-Veri analizi ve yorumlama" (Hesse-Biber, 2010: 46).

3.2. Veri Toplama Yöntemi

Creswell (2013: 146–150) bir fenomenoloji araştırmasında veri toplama döngüsünü şu şekilde tanımlıyor. Öncelikle fenomeni deneyimlemiş birden fazla kişinin varlığı ve bu bireylerin tespit edilmesi gereklidir. Bu tespit yapılırken kriter temelli örneklem oluşturulması gerekir. Bireylerin deneyimlerine dayanak alınarak örneklemlerden elde edilen veriler, bilgisayar destekli bir nitel veri analizi programı çözümlenir. Bu çalışmada araştırmanın konu bölümünde tanımlanan temel soruna yanıt verebilmek için ihtiyaç duyulan veriler öncelikle sosyal medya (twitter) yoluyla manuel seçim ile elde edilmiş; araştırmanın örneklemi: Kadıköy Belediye Başkanı ve Kadıköy Belediye'si Sosyal Medya Birim Sorumlusu ile görüşme yapılmıştır. Kadıköy Belediye Başkanı ile daha genel sorular üzerinden bir görüşme sağlanmış ve yaklaşık on beş dakika görüşülmüştür. Sosyal Medya Birim Sorumlusu Ulaş Bey ile ise daha geniş kapsamlı konuyu irdeleyecek seviyede on iki soru ile beraber yaklaşık elli dakika süren bir görüşme yapılmıştır. Projenin kavramsal çerçevesininin baş aktörü olan vatandaş katılımı ve bilinç oluşumunun önemi nedeniyle de Kadıköy'de ikamet eden on altı özne (vatandaş) ile görüşme yapılmıştır. Bu verilerin yanında internet haberleri web collector verisi olarak toplanan verilerde eklenmiştir.

3.3. Yöntem

Elde edilen veriler nitel araştırma teknikleri kullanılarak analiz edildi. İlk olarak, örneklem grubundaki tweetlerin görselleri MAXQDA yazılımına yüklendikten sonra frekans analizi sonucunda belirlenen kodlarla içerik analizi yapılmıştır. İçerik analizine ek olarak nitel araştırma türü olan eleştirel söylem analizi ile örneklem grubundaki derinlemesine yarı yapılandırılmış görüşmeler de tekrar MAXQDA yazılımına yüklenerek eleştirel söylem analizi yapılmıştır.

3.4. Bulgular

Araştırmanın sorularına paralel olarak yöntemin belirlenmesiyle ortaya çıkan çalışmalar sonucu MAXQDA programının çalışmanın teorik temelini somutlaştıran bulgular bu başlık altında incelenecektir.

Tablo 1: Yerel Yönetim ile İletişim Arasındaki Kod Matris İlişkisi

Kod Sistemi	İletişim	İletişimsel Eylem	Kitle İletişimi	Kaynak	Alıcı	Mesaj
Yerel Yönetim	0	0	0	0	0	0
Yerel Yönetim\Çözülebilmiş Problemler	0	2	6	0	0	0
Yerel Yönetim\Çözümsüz Sorunlar	0	0	0	0	0	0
Çözümsüz Sorunlar\Yerel Yönetim Dışı Kaynaklı	0	2	2	0	0	1
Çözümsüz Sorunlar\Yerel Yönetim Kaynaklı	0	12	21	1	0	0
Yerel Yönetim\Bürokrasi	0	5	8	0	1	0
Yerel Yönetim\Yeni Kamu Yönetimi	0	16	42	2	0	1
Yerel Yönetim\Yönetişim	0	13	27	2	1	2
Yerel Yönetim\Yerinden Yönetim	0	13	29	3	0	1
Yerel Yönetim\Yerellik	0	7	15	3	0	1
Yerel Yönetim\Görevleri	0	6	19	1	0	1
Yerel Yönetim\İşlevleri	0	4	18	0	0	1
Yerel Yönetim\Yurttaş İlişkileri	0	17	40	0	0	1

Yerel yönetim ile iletişim arasındaki ilişkiye baktığımızda kitle iletişimin; yeni kamu yönetimi, yurttaş ilişkileri, yerinden yönetim, yönetişim için önemli olduğu ve pozitif bir ilişki içinde olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Yerel Yönetim ile Müzakereci Demokrasi Arasındaki İlişkiler Matrisi

Kod Sistemi	Müzakereci Demokrasi	Tartışma	Siyasal katılım	Diyalog	Kamu çıkarı	Kamusal alan
Yerel Yönetim	0	0	0	0	0	0
Yerel Yönetim\Çözülebilmiş Problemler	0	0	2	2	5	7
Yerel Yönetim\Çözümsüz Sorunlar	0	0	0	0	0	0
Çözümsüz Sorunlar\Yerel Yönetim Dışı Kaynaklı	0	5	3	2	5	2
Çözümsüz Sorunlar\Yerel Yönetim Kaynaklı	0	19	6	7	13	21
Yerel Yönetim\Bürokrasi	0	7	2	0	7	8
Yerel Yönetim\Yeni Kamu Yönetimi	0	27	17	13	29	48
Yerel Yönetim\Yönetişim	0	15	15	12	23	37

Yerel Yönetim\Yerinden Yönetim	0	15	11	13	22	38
Yerel Yönetim\Yerellik	0	4	5	6	11	15
Yerel Yönetim\Görevleri	0	8	6	5	11	18
Yerel Yönetim\İşlevleri	0	4	4	5	11	19
Yerel Yönetim\Yurttaş İlişkileri	0	24	14	15	23	42

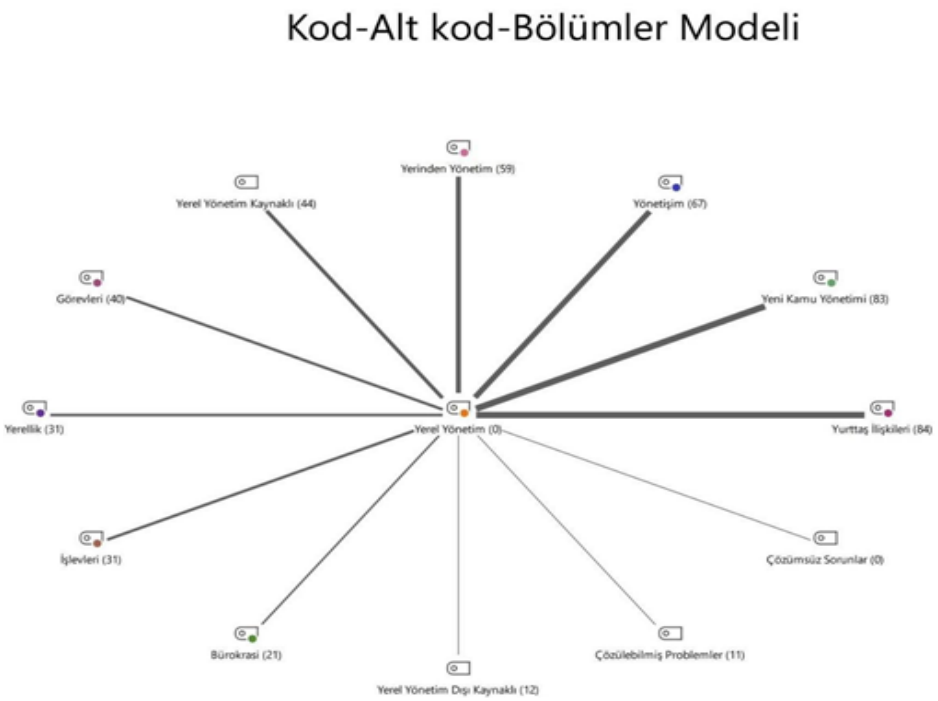
Yerel yönetim ile müzakereci demokrasi arasındaki ilişkiye baktığımızda özellikle kamusal alanın, yeni kamu yönetimi, yurttaş ilişkileri, yerinden yönetim ve yönetişim ile yoğun pozitif ilişkisi görülmektedir. Müzakereci demokrasi özellikle sorunların çözümlerinden ziyade bu çözümlere giden süreçlerle ilgilenmektedir. Buradan hareketle siyasal katılım, diyalog, tartışma bu süreçlere giden anahtar kodlardır. Bu kodlar neticesinde oluşacak pozitif bir vatandaş-kurum ilişkisi vatandaş bilincini geliştiren yegane unsur olarak değerlendirilebilir. Yeni kamu yönetiminin müşteri odaklı yaklaşımı pozitif anlamda tartışma, diyalog ve siyasal katılım da etkisini artırmıştır. Vatandaş ile kurum arasında müzakereci demokrasiyi ve kamusal alanı geliştiren yegane unsurlardan biri de kamu çıkarıdır. Özellikle yerel yönetimler tanımı gereği hizmetlerini kamu çıkarına göre şekillendirmektedir. Buradan hareketle yeni kamu yönetimi, yönetişim, yerinden yönetim ve yurttaş ilişkileri ile pozitif bir ilişki görülmektedir.

Tablo 3: Yeni Medya ile Enformasyon Toplumu İlişkiler Matrisi

Kod Sistemi	Enformasyon Toplumu	Bilgi Kaynağı	Bilgi Kaynağı Araştırılmış	Bilgi Kaynağı Kısmen Araştırılmış	Bilgi Kaynağı Hiç Araştırılmamış	Aktif Birey	Bilgi Paylaşımı	Teknolojinin Gelişimi
Yeni Medya	0	0	0	0	0	0	0	0
Yeni Medya\İnternet Kullanımı	0	0	3	1	1	6	7	4
Yeni Medya\Sosyal Ağlar	0	0	4	5	5	12	15	5
Yeni Medya\Sosyal Medya	0	0	0	0	0	0	0	0
Sosyal Medya\Web 2.0-3.0	0	0	2	2	2	5	6	2
Sosyal Medya\Twitter	0	0	6	4	8	19	23	5

Yeni medya ile Enformasyon toplumu arasındaki ilişkiye baktığımızda sosyal medya araçlarından Twitter'ın bilgi paylaşımı ve aktif birey ile pozitif bir ilişki içinde olduğu görülmektedir. Yine bu ilişkinin en önemli ölçütünün bilginin kaynağının araştırılıp araştırılmadığı olduğu gözlenmiş ve burada negatif bir ilişki olduğu görülmektedir. Buradan hareketle vatandaş bilincinin oluşumunu pozitif etkileyecek olan bilginin kaynağına ulaşma noktasında vatandaşın motive bir durumda olmadığını gözlemlemekteyiz.

Şekil 2: Yerel Yönetim Kod Alt Kod Bölümler Modeli



Yerel Yönetim kaynaklı kodlamalara bakıldığında genel olarak kodlamanın yurttaş ilişkilerine değinildiği görülmektedir. Burada yoğunluk analizine bakıldığı zaman kişiler yeni kamu yönetimi ,yönetişim , yerinden yönetim ile ilgili de görüşlerini bildirmişlerdir. Sosyal medya üzerinden problem çözme kısmında ise Yerel yönetim kaynaklı kodlamanın yoğunluğunun yerel yönetim dışı kaynaklı kodlamadan daha fazla olduğu görülmektedir. Buradan çıkan sonuç toplum problemlerin çözümünde sorumlu olarak yerel yönetimi görmektedir.

4.SONUÇ

Çalışmada yanıt aranan "bir iletişim teknolojisi olarak internetin bir kamusal alan oluşturup vatandaş ile kurum arasında demokratik bir iletişim kurulması sonucunda vatandaşlık bilincinin oluşup oluşturmadığı" sorunsalına verilecek yanıt ile beraber bu kamusal alandan bir müzakereci demokrasi, Kadıköy Belediyesi tarafından twitter aracılığıyla sağlanıp sağlanmadığı ve araştırma sorulara yanıt bulgular üzerinden incelenmiştir. Teknolojinin gelişimi ile birlikte sosyal medyanın kullanımın yıllar içerisinde artışı ile artık yönetim şekillerinden etkileyeme başladığı açıkça görülmektedir. Bu yönetim şekli politikacılarla toplumun arada herhangi bir köprü olmadan yani bürokrasi engeline takılmadan direk olarak iletişimine katkıda bulunmaya başlamıştır. Çalışmamız bu yönelimin ilk denemelerini yapan Kadıköy Belediyesinin bu uygulamayı ne kadar başarılı yaptığı üzerine bir tartışma yaratmaktır.

Analizin üst kod kısımlarından Yerel Yönetim kod başlığına baktığımızda belediyeye aktarılan toplumsal konuların nazaran düşük seviyede sinin sonuçlandırıldığı bu konuların büyük bir bölümünün çözümsüz olarak bırakıldığı görülmektedir. Çözümsüz konuların ise vatandaş tarafından kurum tarafından çözülebileceği düşünülmektedir. Ancak vatandaşların az da olsa bir kısmı bahsedilen sorunların belediye kaynaklı olmadığına ve çözümün belediye tarafından sağlanılamayacağını düşünmektedir. Analiz esnasında bazı problemlerde belediye konunun muhatabının kendisi olmadığını savunmasına rağmen toplum konunun çözümünü belediyeden beklemekte ve bu konuda ki tutumunu zayıf bulmaktadır. Bu kodlamalarda çıkan bir diğer sonuç ise yeni kamu yönetiminin halk tarafından kabul görmesi ve bu konuda birçok şikayetini ve isteğini sosyal medya (twitter, instagram, facebook) üzerinden belediyeye iletmesidir. Bu konuda ki duyarlılık ilerisi için olumlu referanslar vermektedir. Özellikle yerinden yönetim, yönetişim, yeni kamu yönetimi algısı toplumda olumlu bir referans olmakta, belediye ile bürokrasi olmadan direkt iletişime geçmek ve eleştirilerini söylemek bu konuda pozitif bir algı yaratmaktadır. Doğal olarak bununla birlikte yurttaş ilişkileri de pozitif yönde artmaktadır. Bu artışla birlikte toplumun isteklerine geç cevap verilmesi ya da cevap verilmemesi bu konuda ki en büyük eksiklik olarak görülmektedir. Belediyenin kurduğu ve yönettiği bu platform toplum tarafından olumlu

karşılanıyor olsa bile sorun çözme yetenekleri ve bir noktadan sonra konuların çözümsüz kalması şikâyet konuları olmaktadır. Toplumun yeni dünya düzeni üzerinde yerini aldığını gördüğümüz bu analizde insanların büyük kısmı duyuruları ya da şikâyetlerini sosyal medya üzerinden yapabilmiş ve değerlendirmelerini yine bu platformlar üzerinden takip edebilmiştir. Bu noktada aslında bu platformların belediyeler tarafından kullanılmasını olumlu yönde desteklemektedir.

Yerel yönetim kavramlarının yönetim olgusunda ki kodlarında (yönetişim,yerinden yönetim, yeni kamu yönetimi) direkt olarak doğrudan demokrasi ile irintilidir. Bu noktada vatandaş belediyenin içinde söz sahibi olmayı ve bu noktada birçok problemi doğrudan olarak belediyeye aktarmakta ve bu konunun takipçisi olmakta çok heveslidir. Bu durum bize yeni kamu yönetimi, yerinden yönetim ve yönetişimin doğrudan demokrasi çatısı altında olması gerektiğini göstermektedir. Belediyenin bu yeni yaklaşımın sadece sosyal medya üzerinden halkın sorunları dinlemek olarak bakmaması bunu bir yönetim şekli olarak görmesi gerektiğidir. Belki de bazı noktalarda halkın bilgi kaynağını araştırmadan belediyeyi eleştirmesinin altında yatan sebepte bu olabilir. Sonuç olarak vatandaş bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde genel olarak sosyal medyayı yeni bir kamusal alan olarak görmekle kalmayıp bizzat kamusal alan olmasında katkı sunduğunu gözlemleyebiliriz. Yerel yönetim bu noktada halka en yakın birim olarak demokrasinin başlangıç noktası olarak görülmekte bunun sonucunda ise sosyal medyanın sağladığı altyapı ile birlikte müzakereci demokrasi bilincini vatandaşa daha çok aktarıp süreçlere dahil etme noktasına getirebilir.

KAYNAKÇA

AKTAN, Can. (2003). Değişim Çağında Devlet. Konya: Çizgi Kitabevi.

ARSLAN, T. Umut; ÖZÇETİN, Burak; BİNARK, Mutlu (2011). İnternet Mecraları, Kanaat Oluşumu ve Dolaşımı: Kamusal ve Mahrem Arasında . Ankara: TÜBİTAK Proje No: 110K051.

BANK, World (1989). Subsaharan-Africa: From Crisis to Sustainable Growth. Washington: World Bank Publication.

BAYRAKTAR, Ulaş (2014). Kamuyu Kamusallaştıran Toplumcu Belediyeler İçin Geçmişten Alınabilecek İlham Üzerine. Katılımcı Yerel Yönetim (Der. İnan İzci), İstanbul: Kalkedon Yayınları, 51-67.

Büyükkaragöz, S. ve Kesici, Ş. (1998). Demokrasi ve İnsan Hakları Eğitimi. Ankara: Türk Demokrasi Vakfı.

CRESWELL W. John (2013). Nitel araştırma yöntemleri : beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni. Ankara : Siyasal Kitabevi, 2013.

ÇUKURÇAYIR, M. Akif (2009). Küreselleşme ve Türkiye'de Yerel Yönetimler. Ankara: Türkiye Belediyeler Birliği.

DÖNMEZ, Mustafa (1996). Mahalli İdarelerin Teşkilat Yapısı, Organları ve Görevleri. Ankara: Mahalli İdareler Derneği Yayınları.

DPT (1989). Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı. Ankara: DPT http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/4/plan6.pdf.

ELLİSON, B. Nicole; Boyd, Danah (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, volume 13 issue:1, 210-230.

ERBAY, Ö. Nur (2012). Sosyal Medyada "Arap Baharı". Hepimiz Yereliz Hepimiz Globaliz, (Der. Edibe Sözen), İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım, 147-168.

GÖRMEZ, Kemal (1997). Yerel Demokrasi ve Türkiye. Ankara: Vadi Yayınları.

GÖYMEN, Korel (2000). Türkiye'de Yerel Yönetimler ve Yönetişim: Gereksinmeler, Önermeler, Yönelimler. Çağdaş Yerel Yönetimler, cilt:9 sayı:2, 3-13.

GÖYMEN, Korel (2003). 1. Ulusal Yerel Yönetimler Çalıştayı. Çanakkale: Çananakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, 71-86

GÖYMEN, Korel (2010). Türkiye'de Yerel Yönetişim ve Yerel Kalkınma. İstanbul: Boyut Yayın.

HALAVAİS, Alexander (2016). Twitter'ın Yapısı: Toplumsal ve Teknik. Twitter ve Toplum, (Der. Cornelius Puschmann, Merja Mahrt, Axel Burns, Katrin Weller, Jean Burgess), İstanbul: Kafka, 79-95

HESSE-BİBER, Sharlene (2010). Qualitative Approaches to Mixed Methods Practice. Qualitative Inquiry, 16.

KIRIK, A. Murat (2014). Sosyal Medyaya Birey Odaklı Bakış. Perspektif, yıl:20 sayı: 230, 26-29.

KOCAOĞLU, Mustafa (2015). Yerel Yönetimlerde Katılım ve Kültür. Konya: Çizgi Kitabevi.

MAYFİELD, Anthony (2008). What is Social Media. Nıckwınchester.

MİLL, J. Stuart. (1997). Hürriyet. (Çev. Mehmet Osman Dostel), İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı.

POLAT, İkbal (2014). Bir Katılım Deneyimi Olarak "Nilüfer Mahalle Komitileri". Katılımcı Yerel Yönetim, (Der. İnan İzci), İstanbul: Kalkedon Yayınları, 113-124.

PUSCHMANN, Cornelius (2016). Twitter ve Toplum: Giriş. Twitter ve Toplum, (Der. Cornelius Puschmann, Merja Mahrt, Axel Burns, Katrin Weller, Jean Burgess), İstanbul: Kafka, 33-46.

ŞEN, Leyla (2014). Katılımcı Yerel Yönetim. Katılımcı Yerel Yönetim, (Der. İnan İzci), İstanbul: Kalkedon Yayınları, (s. 69-74).

TALİMCİLER, Ahmet (2013). Sosyal Medya Aracılığıyla Değişen Futbolun Yeni Dünyası. Yeni Medya Üzerine: Yeni İletişim Teknolojileri, (Der. Müge Demir), Konya : Literatürk Yayınları

TEKELİ, İbrahim. (1996). Yönetim Kavramı Yanısıra Yönetişim Kavramının Gelişmesinin Nedenleri Üzerine.

TODAİE (1991). Kamu Yönetimi Araştırması Genel Rapor. Ankara: TODAİE http://www.todaie.edu.tr//resimler/ekler/185a8f8def383a8_ek.pdf.

TOPRAK, Ali; BİNARK, Mutlu; YILDIRIM, Ayşenur; AYGÜL, Eser; BÖREKÇİ, Senem; ÇOMÜ, Tuğrul (2009). Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: Görüyorum Öyleyse Varım!, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

UÇKAN, Özgür (2003). E-devlet, E-demokrasi ve Türkiye : kamu yönetiminin yeniden yapılanması için strateji ve politikalar-I. İstanbul: Literatür Yayınları.

UNİTEDNATİONS (1971). Popular Participation in Development: Emerging Trends in Community Development. New York: United Nations https://ia800605.us.archive.org/14/items/popularparticipa00unit/popularparticipa00 unit.pdf.

YOUNG, Sherman; MEİKLE, Graham (2012). Media convergence: Networked digital media in everyday life. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Sanayileşme Sürecinde Osmanlı Devletinde Ekonomik Gelişmeler

Dr. Öğr. Üys. Meltem Okur Dinçsoy[1] **Şeval Candemir[2]**

[1] Trakya Üniversitesi/ İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, meltemokurdincsoy@trakya.edu.tr

[2] Trakya Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat ABD, candemir.seval@hotmail.com

Özet: Bu çalışmada; sanayileşme sürecinde kurulan Osmanlı Devletinin sanayisinin dinamikleri ile devletin neden Batı ile sağlıklı bir şekilde rekabet edemediği araştırılmıştır. XIX. yüzyılda sanayileşme ve Batı teknolojisini transfer etme girişimlerinde sınırlı başarı elde edilmiştir. Bu sanayileşme girişimlerinin sınırlı kalması, Osmanlı Devlet'inin politik hatalarından, teknik altyapı yetersizliğinden, uzman/yetişmiş işgücü eksikliğinden ve yabancı güçlerin baskısından kaynaklanmıştır. Aynı dönemde, Osmanlı Devletinin sanayileşme hamlesini gerçekleştirmesi için ihtiyaç duyduğu sermayeyi bulması giderek zorlaşmıştır. Devlet 1854 yılında toplam GSYH'nin %5'i kadar borçlanmışken 1871 yılında %107'si kadar borçlanmıştır. Borçlanma düzeyi 1880 yılında ise %244 ile rekor düzeye ulaşmıştır. Ayrıca Batı yatırımları, hem ağır finansal şartlar taşımasından hem de Avrupa ile kültürel bağları yüksek olan Müslüman olmayan tebaanın/etnik grupların çıkarlarını destekleme eğiliminde olmasından dolayı Osmanlı Devletinin istediği yönde gelişememiştir. Bu yüzden modern teknolojiyi aktarması ve bağımsız sanayi kuruluşlarını kurma girişimleri de yetersiz kalmıştır. Kamu yatırımları ve özel sektöre sağlanan kısmi vergi avantajı ile metal, kimya, tekstil tarım ve savaş sanayisi gibi sektörlerde göreceli başarı sağlansa da Batı ekonomisini yakalamada yeterli olamamıştır ve XIX. yüzyıl devleti ayakta tutabilme mücadeleleriyle geçmiştir.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı Ekonomisi, Sanayileşme, XIX yüzyıl,

1. GİRİŞ

İngiltere'de başlayıp kısa zamanda diğer batı ülkelerini etkisi altına alan sanayi devrimi ile sosyal ve ekonomik hayatı derinden etkileyen yeni bir dönem başlamıştır. Köyden kente göçlerin artmasıyla hızlı kentleşme yaşanmış ve devasa şehirler kurulmuştur. Bu şekilde tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş başlamış ve sanayi toplumu adı verilen yeni bir toplum biçimi oluşmuştur. Ayrıca Ülkelerin üretim, sanayi ve ticaret yapıları da değişmeye başlamıştır. Hatta bu değişmeler ülkelerin eğitim sistemlerini de etkilemeye başlayarak zamanın ihtiyaçlarını karşılayacak mühendisler yetiştirmeyi önemli kılmıştır. Ticaret yollarının eski önemini yitirmeye başlaması büyük ticaret yolları üzerinde kurulmuş olan Osmanlı Devleti gibi ülkeleri derinden etkilemiştir. Bu gelişmeler Osmanlı Devletinin yarışın içinde yer alabilmesi için kayda değer çaba harcamasını zorunlu kılmıştır.

Osmanlı Devleti hem sosyoekonomik yapısından hem de bulunduğu geniş coğrafyanın etkisinden tarım toplumu özellikleri göstermekteydi. Osmanlı Devletinin ekonomik aklı, Ortadoğu'daki temel devlet ve toplum kavramlarıyla yakından ilişkiliydi ve Devlet gelirlerini arttırmayı hedeflerken hem toplumun refahına zarar vermemeye hem de geleneksel örgütlenme yapısının değişmemesine çalışıyordu (İnalcık, 1970: 217-218). Osmanlı Devletinin sanayi yapısı Esnaf Tekeli (gedik usulü)[1] ve küçük el zanaatlerine dayanıyordu. İş hayatı loncalar tarafından düzenlenmekteydi. Çalışanlar kendi loncalarına bağlıydı. Zanaatkârların meslek hayatlarında ilerlemesi çıraklık ve kalfalık evrelerini tamamlaması gerekmeydi. Osmanlı Devletinin ekonomisinin temel yapıtaşı olan Loncalar, talep eden kişilere hammadde temin edilen yer olarak adlandırılsa da, aynı mesleğe sahip kişilerin denetim altında bir araya geldikleri ve belli bir dayanışma içinde oldukları örgütlenme yapısıydı (Gürata, 1975: 96). Loncalar nitelikli üretimin yapılmasına çalışmaktaysa da rekabeti engelleyen yapısı sanayi devrimiyle şekillenmeye başlayan girişimci zihniyetin doğmasını engelliyordu. Avrupa ekonomisinde gelişen yeni sistemin yüksek hammadde ihtiyacı Loncaların rekabeti engelleyen yapısı ile bu sisteme uyum sağlamasını zorlaştırmaktaydı. Sonuç olarak, Lonca sistemi her ne kadar dönemin arz-talep dengesine ve gelir dağılımı adaletine büyük katkı sağlasa da, sermaye birikimine fırsat vermeyen yapısı yeni dönemin gerektirdiği daha nitelikli ve rekabetçi üretim sürecinin başlatılabilmesi için bazı yapısal değişimleri zorunlu kılmıştır.

2. OSMANLI DEVLETİNE SEKTÖREL BAKIŞ

Gedik usulünün ve loncaların ekonomik gelişmeyi duraksatan ve sermaye birikiminin oluşmasını engelleyen yapısı Osmanlı Devletinde özel sektör sanayinin oluşmamasında önemli bir rol oynamıştır. Osmanlı Devletinin

[1] Osmanlı devletinde Tanzimat'a kadar sanayi ve ticaret alanlarındaki esnafların sayısı kısıtlanmıştır. Bu neden ile herhangi bir işi yapabilmek için o alandaki esnaf sayısında bir eksilme olması şarttır. Bu sayılı kadrolara verilen isimdir.

kendisini teknolojik olarak yenileyememesi sanayileşen Avrupa ile arasındaki makasın açılmasındaki en önemli etkenlerden biriydi. XIX yy. başlarında, her ne kadar ilk başlarda askeri ihtiyaçları karşılamak için olsa da yeni fabrikalar kurmaya yöneldi. XIX yy. ortalarından itibaren de Gedik Usulü yavaş yavaş kaldırılmaya başlamasıyla ve "*Islah-ı Sanayi Komisyonu*"[2] 1864 ile 1873 yılları arasında kurulmasıyla özel sektör sanayisinde belli bir gelişme görülmeye başlayarak ticari amaçlı adımlar atılmaya başladı (TDİ, 1994: 100).

Osmanlı Devletinin sanayileşme hamlesi gerçekleştirme çabasındaki diğer bir amacı da dış ticaret dengesini korumaktı. Özellikle, askeri ihtiyaçları yurtiçi üretimle karşılanarak hem tasarruf sağlayacaktı hem de fabrikalar teknoloji ve deneyim transferi gerçekleştirerek ülkenin diğer sektörlerde de sanayileşmesine katkı sağlayacaktı. Osmanlı Devleti üretim süreçlerinde ilerleme sağlamak için bir takım çabalar göstermiş olsa da istenilen başarı kamu ağırlıklı sanayileşmede yapılan hatalar, XIX yy. ikinci yarısından itibaren artan dış borç ve gerekli teknolojinin transferinin gerçekleştirilememesi yüzünden sağlanamamıştır.

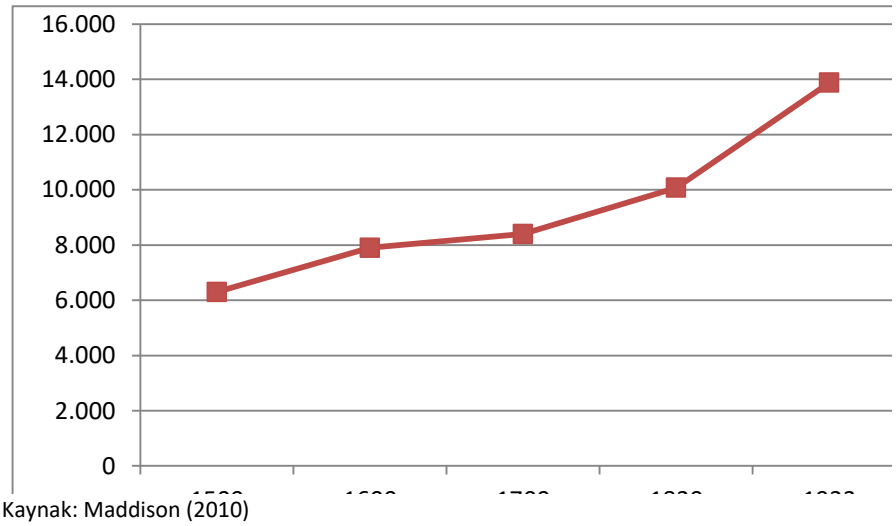
Osmanlı ekonomisinin fabrikalaşma ve sanayileşme çabalarının silah sanayisinde (tersane, baruthane, tüfek/tabanca, kılıç/bıçak), donanma (kereste başta olmak üzere) için gerekli malzemelerde (Gökçe, 2015: 63), tekstil sanayisinde (basma, iplik, deri, kundura, fes, çuha), metal, cam, elektrik ve tarım gibi sektörlerde üretime yoğunlaştığı (Kurt vd., 2016: 256-273) ve devletin özellikle özel sektör fabrikalarını desteklemek için vergi konusunda ayrıcalık tanıdığı görülmektedir (Damlıbağ, 2012: 201). Ayrıca 1864'de Sanayi Mektebi Projesini başlatarak Osmanlı ekonomimin ihtiyaç duyduğu sektörlerde mesleki eğitimler de verilmiştir (Erdem, 2016: 28).

3. SEÇİLMİŞ EKONOMİK GÖSTERGELER

19.yüzyılla ilgili ekonomik gelişmelerin analizinde geniş ve süreklilik arz eden bir veri tabanı bulunması mümkün olmamaktadır. Sanayi devrimi sonrası ekonomik gelişmelere ışık tutan verilerden en önde geleni Maddison'un yapmış olduğu hesaplamalardır. Aynı zamanda Osmanlı dönemine ve ekonomisine ait çalışmalarda da Pamuk öncülük etmektedir.

Nüfusla ilgili gelişmelerine baktığımızda (Grafik 1) 1500 yılında Osmanlı Devletinin 6 milyon 300 bin kişidir. Sonraki 200 yıl boyunca da Osmanlı nüfusu 2 milyon 100 bin kişi artmıştır. 1820 yılında da 10 milyonu aşmış, 1870 yılında da 12 milyona yaklaşmıştır. I. Dünya Savaşı öncesi 15 milyon kişiye kadar ulaşırken 1923 yılında nüfus 14 milyona gerilemiştir. Ülkenin nüfus yapısındaki değişmelerde savaşlar kadar göçler de etkili olmuştur.

Grafik 1: Nüfus Gelişmeleri (Bin kişi)



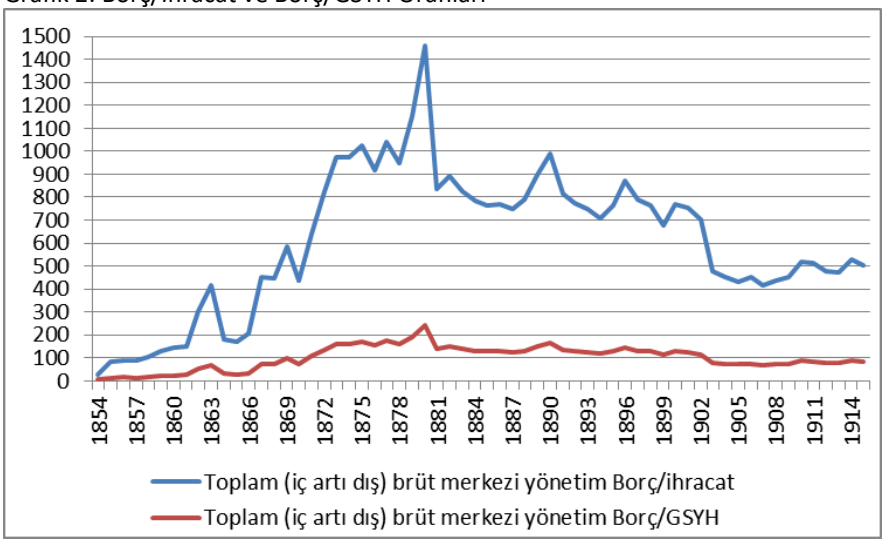
Kaynak: Maddison (2010)

Grafik 2'de Osmanlı borç oranları incelenmiştir. 1880 yılına kadar Borç/İhracat verisinde yüksek oranda bir artış göze çarpmaktadır. 1880 yılında %1400'e kadar yükselme görülmüştür. Diğer bir deyişle merkezi yönetim ihracatın 14 katından daha fazla toplam (iç borç + dış borç) borç yükü altına girmek zorunda kalmıştır. 1880 yılı

[2] Küçük sanayi alanlarını şirketler haline getirme amacı güdülmüştür. Ayrıca Sanayi okulları açmak, esnaf şirketleri oluşturmak ve Sergiler açarak sanayii teşvik etmek amaçlanmıştır.

aynı zamanda bir tepe noktası olup bu düzey bir daha aşılmamıştır. Bu yıldan sonra da inişli çıkışlı olmasına rağmen genel eğilim rasyonun azalması yönünde olmuştur. Grafik 2'de incelenen diğer bir oran olan Borç/GSYH incelendiğinde 1880 yılında en yüksek değere ulaşmıştır. GSYH'nin 2,5 katına yakın bir borç düzeyine ulaşılmıştır. 1854 yılı ile kıyaslandığında aradaki farkın (%5) oldukça yüksek olduğu görülmüştür. XX. Yüzyılın başlarında ortalama %80 düzeyinde gerçekleşmiştir.

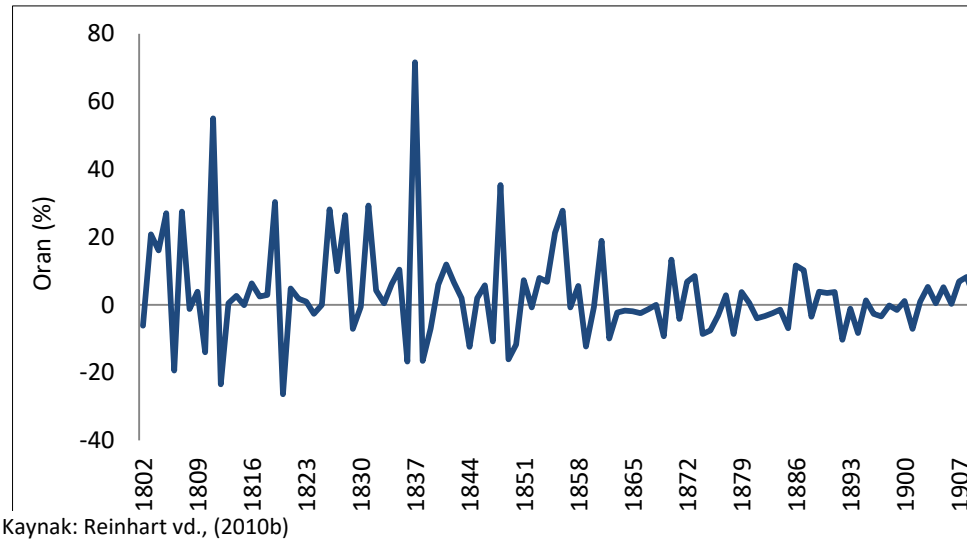
Grafik 2: Borç/İhracat ve Borç/GSYH Oranları



Kaynak: Reinhart vd., (2010a)[3]

Enflasyon verileri incelendiğinde (Grafik 3) 1837 yılında enflasyonun %71 artış gösterirken 1838 yılında yaklaşık %17 azalma göstermiştir. 1890 yılından sonrada yıllık enflasyon oranı değişiminde dalgalanmanın azaldığı ve nispeten I. Dünya Savaşına kadar geçen sürede daha istikrarlı bir enflasyon (artış/azalış) düzeyi görülmüştür. Enflasyonla fiyat istikrarı arasındaki yakın ilişki dikkate alındığında nispi olarak daha istikrarlı bir ekonomik yapı hâkim olmuştur.

Grafik 3: Yıllara Göre Enflasyon Değişim Oranı (%)



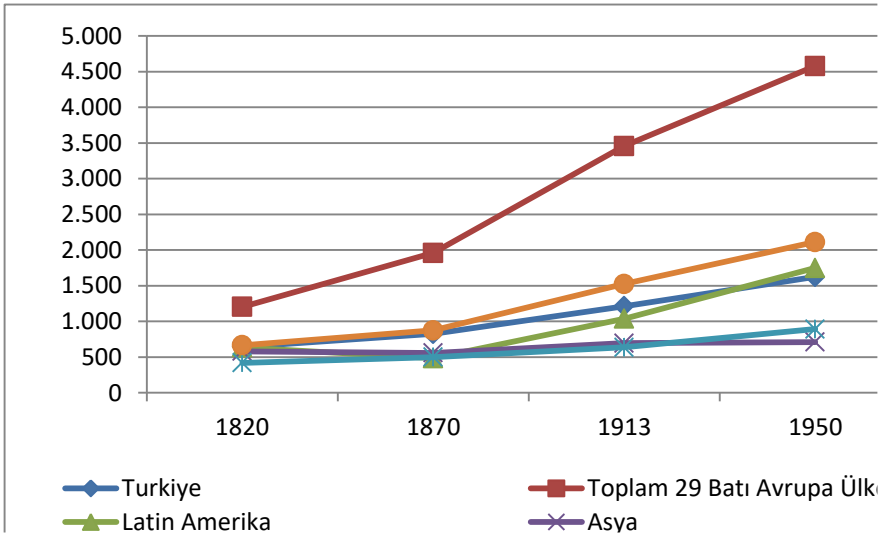
Kaynak: Reinhart vd., (2010b)

Yukarıda bahsedilen ekonomik şartlar Osmanlı Devletinin kişi başı gelir düzeyini şekillendirmiştir. Kişi başı gelirin artmasında GSYH artışı kadar nüfus hareketleri de önemlidir. Osmanlı Devleti için kişi başı gelir düzeyini

[3] International Monetary Fund, various issues, International Financial Statistics and World Economic Outlook, Washington DC ve Pamuk, Ş.(2005). Prices and Wages in Istanbul, 1469-1914, Working Memorandum, International Institute of Social History, Amsterdam.

gösteren çok fazla veri bulunmamaktadır. Grafik 4'de kişi başı gelir düzeyi 4 yıl için (1820, 1870, 1913 ve 1950) karşılaştırmalı olarak verilmiştir. 29 Avrupa Ülkesinin[4] ortalaması dikkate alındığında I. Sanayi devriminin etkisi net bir şekilde görülmektedir. Avrupa hem dünyanın geri kalanından hem de dünya ortalamasında yüksek düzeyde ayrışmıştır 1820 yılında 1204 dolardan[5] 1913 yılında 3458 dolara yükselmiştir. Osmanlı Devleti 1820 ve 1870 yıllarında dünya ortalaması ile yakın düzeyde kişi başı gelir düzeyine sahipken ve 1913 yılında geriye düşmesine rağmen Latin Amerika, Asya ve Afrika ülkelerinin ortalamasının üstünde kalmıştır. I. Dünya Savaşı sonrası bütün dünyanın sosyoekonomik yapısı bu süreçten farklı bir yönde şekillenmiştir.

Grafik 4: Karşılaştırmalı Kişi Başı Gelir (1820, 1870, 1913, 1950)



Kaynak: Maddison (2010)

4. SONUÇ

Osmanlı Devletinin sanayileşme çabalarında fabrikalaşma düzeyinin birçok açıdan yetersiz kalması etkili olmuştur. Ayrıca kitlesel üretim sürecine geçen Batı ve XIX. yüzyılın sosyoekonomik şartları Osmanlı Devleti için durumu zorlaştırmıştır. 1838 yılında İngiltere ile imzalanan ve sonrasında birçok Avrupa ülkesini kapsayacak şeklide genişletilen serbest ticaret anlaşması da Osmanlı Devleti için ekonomik şartları daha zor hale getirirken Osmanlı sanayisinin gelişmesini engelleyerek rekabet gücünü ortadan kaldırmıştır. Ekonomik etkileri bakımından önemli diğer bir olay da 1853-1856 Kırım Savaşı'dır. Bu savaşla beraber Osmanlı Devleti ilk kez dış borçlanma yapmıştır ve 1880 yılına kadar borç oranları hızlı bir şekilde artmıştır. 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı'nın (93 Harbi) ekonomi üzerindeki etkileri de yıkıcı olmuştur. Diğer taraftan Avrupa yatırımlarının ağır finansal şartlar taşıması ve belli etnik yapıları destekleme eğiliminde olması Osmanlı Devletinin istediği sermeye ve teknik altyapının gelişimini engellemiştir. Osmanlı Devleti'nin sanayileşme çabaları yanında eğitim alanında da mühendishaneler kurarak attığı büyük adımlar olmuşsa da teknoloji transferi ve bağımsız sanayi kuruluşlarını kurma girişimleri konjonktürel, yapısal, siyasi ve coğrafi etkilerden dolayı yetersiz kalmış ağır sanayi girişimlerinde planlanan başarı elde edilememiştir. Kamu yatırımları ve özel sektöre sağlanan kısmi vergi avantajı ile metal, kimya, tekstil tarım ve savaş sanayisi gibi sektörlerde göreceli başarı sağlansa da Batı ekonomisini yakalamada yeterli olamamıştır. Sonuç olarak, XIX. yüzyılın Osmanlı Devleti için göçler, savaşlar, Rusya ile olan sorunlar, iç karışıklıklar ve hızlı sanayileşen sömürgeci batılı ülkelerle mücadele içinde geçen bir asır olmuştur.

KAYNAKÇA

Damlıbağ, F. (2012). Osmanlı Devleti'nde Sanayi Finansman Metodu Olarak Fabrika İmtiyaz Sistemi. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, 62(2), 197-222.

Erdem, E. (2016). Sanayi Devriminin Ardından Osmanlı Sanayileşme Hamleleri: Sanayi Politikalarının Dinamikleri ve Zaafiyetleri, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 48, 17-44.

[4] 29 Avrupa ülkesi: Avusturya, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Almanya, İtalya, Hollanda, Norveç, İsveç, İsviçre, Birleşik Krallık, İrlanda, Yunanistan, Portekiz, İspanya ve 13 küçük Batı Avrupa ülkesini kapsamaktadır.

[5] 1990 Uluslararası Geary-Khamis doları cinsinden

Gökçe, E. (2015). Kemer-Edremid (Burhaniye) Kazâsı ve Osmanlı Donanmasına Yaptığı Katkılar: Malzeme, Personel ve Gemi İnşâ Tezgâhı, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(1), 60-85.

Gürata, M. (1975). Unutulan adetlerimiz ve loncalar, TİSA Matbaacılık, Ankara.

İnalcık, H. (1970). The Ottoman Economic Mind and Aspects of the Ottoman Economy, in MA Cook, ed., Studies in the Economic History of the Middle East, London: Oxford University Press, 207-218.

Kurt, M., Kuzucu, K., Çakır, B., ve Demir, K. (2016). 19. Yüzyılda Osmanlı Sanayileşmesi Sürecinde Kurulan Devlet Fabrikaları: Bir Envanter Çalışması, OTAM, 40, 245-277.

Maddison, A. (2010). Historical Statistics for the World Economy http://www.ggdc.net/maddison/historical_statistics/horizontal-file_02-2010.xls (Erişim: 02.09.2018)

Reinhart, Camen M. and Kenneth S. Rogoff, (2010a). "From Financial Crash to Debt Crisis," NBER Working Paper 15795, March 2010. Forthcoming in American Economic Review. http://www.carmenreinhart.com/user_uploads/data/20_data.xls (Erişim: 10.09.2018)

Reinhart, Camen M. and Kenneth S. Rogoff, (2010b). "From Financial Crash to Debt Crisis," NBER Working Paper 15795, March 2010. Forthcoming in American Economic Review. http://www.carmenreinhart.com/user_uploads/data/28_data.xls (Erişim: 10.09.2018)

TDİ (2012). Türkiye'de İşletmecilik Anlayışının Oluşumuna Etkileri Hereke Fabrikası ve Nizamnamesi, SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 25, 37-64.

6701 sayılı Kanun Çerçevesinde Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun Görev ve Yetkileri

Arş. Gör. Meriç KARAGÖZLER[1] Arş. Gör. Ezgi AVCIOĞLU AKSOY[2]

[1]Trakya Üniversitesi / İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, Hukuk Bilimleri Ana bilim Dalı, merickaragozler@gmail.com

[2]Manisa Celal Bayar Üniversitesi / İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, Hukuk Bilimleri Ana bilim Dalı, ezgiavcioglu@hotmail.com

Özet: Hak ve özgürlüklerin korunması yolları, iç hukuk yolları/ulusal koruma ve uluslararası hukuk yolları/uluslararası koruma olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. İç hukuk yollarından biri de bağımsız kurumlara başvuru yoludur. Türkiye'de bu amaçla faaliyet gösteren kurumlardan biri de 6.4.2016 tarih ve 6701 sayılı Kanun ile kurulan Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu(TİHEK)'dur. 6701 sayılı Kanun ile 21.6.2012 tarih ve 6332 sayılı Kanun yürürlükten kaldırılarak bu Kanun ile kurulmuş olan Türkiye İnsan Hakları Kurumu'nun varlığına son verilmiştir (m. 28/1).

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun kuruluş amacı, genel itibariyle, insan haklarının korunması ve geliştirilmesi olmakla birlikte, eşitlik ilkesi ve ayrımcılık yasağının hayata geçirilmesi ile işkence ve kötü muameleyle mücadele edilmesi amaçları da diğer amaçlar olarak karşımıza çıkmaktadır (m. 1).

Kurum, Paris Prensipleri çerçevesinde insan haklarının ve eşitlik ilkesinin korunması ve geliştirilmesi konularında danışmanlık, işbirliği, eğitim, bilinçlendirme, tanıtım, inceleme ve raporlama gibi genel yetki ve görevlere sahiptir(m.9). Genel yetki ve görevler dışında Kurum, ayrımcılık yasağı ihlallerine ilişkin başvuruları karara bağlama, özgürlüğünden mahrum bırakılan ya da koruma altına alınan kişilerle ilgili ulusal önleme mekanizması olarak faaliyet gösterme gibi görev ve yetkilerle de donatılmıştır.

Çalışmamızda, 6701 sayılı Kanun çerçevesinde Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun görev ve yetkileri ana hatlarıyla incelenerek, bu görev ve yetkiler kapsamında, hak ve özgürlüklerin korunması ve geliştirilmesinde Kurum'un üstlendiği ulusal rol hakkında bilgi verilmeye çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: İnsan Hakları, Eşitlik İlkesi, Ayrımcılık Yasağı, Hak ve Özgürlüklerin Korunması, Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu.

Abstract: The ways of protection of rights and freedoms are divided into domestic remedies / national protection and international remedies / international protection. One of the domestic remedies is the application to independent institutions. One of the institutions in Turkey which established for this purpose by date 06/04/2016 Turkey and with the Law No. 6701 is Turkey Human Rights and Equality Institution. With the Law No. 6701, the Law No. 6332 was repealed and Turkey Human Rights Institution had been abolished. (Art.28/1).

The purpose of establishment of Turkey Human Rights and Equality Institution is, on general, protection and promotion of human rights. Along with that to ensure the effective implementation of the principle of equality and non-discrimination and to struggle with torture and mistreatment are other purposes of the Institution. (Art.1)

The Institution has general powers and responsibilities on the protection and promotion of human rights and the principle of equality, in the framework of Paris Principles, such as consultation, cooperation, education, awareness, promotion, review and reporting(Art.9). Apart from the general powers and duties, the Institution is also equipped with the duties and powers of acting as a national preventive mechanism for the detainees and convicts and receiving applications for non-discrimination violations.

In our study, Under Law No. 6701, the functions and powers of Turkey Human Rights and Equality Institution will be examined and it will be tried to give information about the national role that the Institution has on the subjects of protection and promotion of rights and freedoms.

Key Words: Human rights, the principle of equality, non-discrimination, the protection of rights and freedoms, Turkey Human Rights and Equality Institution.

1. GİRİŞ

Bilindiği gibi insan haklarının yalnızca ulusal düzeyde korunmasının yeterli olmadığı, farklı disiplinleri ilgilendiren bir sorun olarak insan haklarının uluslararası planda ele alınması gerekliliği fikri, 20. yüzyıldan itibaren yaygınlaşmıştır. Özellikle İkinci Dünya Savaşı'nda yaşanan hak ihlalleri sonrasında insan haklarının uluslararası düzeyde korunması konusunda önemli yol katedilmiştir. Öte yandan uluslararası koruma halen ikincil (tali) nitelikli koruma olarak değerlendirilmektedir. Buna göre, insan haklarının korunması, öncelikle ilgili devletin

yükümlülüğünde olan bir husustur. İşte 6.4.2016 tarih ve 6701 sayılı Kanun'la kurulan Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu da kuruluş kanunu ile kendisine verilen görev ve yetkileri kapsamında insan haklarının ulusal düzeyde korunmasına hizmet etmektedir. Bununla birlikte Kurum'un uluslararası alanda da önemli işlevler üstlendiği görülmektedir. Birleşmiş Milletler'in kabul ettiği Paris Prensipleri'ne uygun biçimde kendisine geniş yetkiler tanınan -örneğin, ayrımcılık yasağının ihlali halinde idari yaptırım kararı verebilme- Kurum'un insan hakları konusunda etkili bir koruma sağlaması umut edilmektedir.

2. ULUSAL İNSAN HAKLARI KURUMLARI VE BİR ULUSAL İNSAN HAKLARI KURUMU MODELİ OLARAK TÜRKİYE İNSAN HAKLARI VE EŞİTLİK KURUMU

2.1. İnsan Haklarının İdari Başvuru Yollarıyla Korunması

Devletin varlık nedeni, ülke üzerinde yaşayan insanların hak ve özgürlüklerini korumaktır (Kaboğlu, 2002: 132). İnsan haklarının korunmasında asıl olan, ulusal düzeyde korumadır. Ulusal düzeyde korumanın asli/birincil olması, ihlal durumunda öncelikle ulusal koruma mekanizmalarına başvurulması gerektiğini ifade etmektedir. Devletin sahip olduğu olanaklar nedeniyle, uluslararası korumayla karşılaştırıldığında, ulusal korumanın daha etkili olduğu düşünülmektedir (Algan, 2007: 79-81).

İnsan haklarının ulusal düzeyde korunmasında kullanılan başlıca yollar ise yasama organının koruması, idari koruma/idari başvuru yollarıyla koruma ve yargısal korumadır (Çelikyay, 2010: 448). Bunlardan idari koruma yollarının önemi git gide artmaktadır. Özellikle yargısal koruma mekanizmasının ağır işleyişi ve nispeten pahalı olması, idari başvuru yollarını cazip hale getirmektedir (Akad vd., 2016: 342). Şunu da eklemek gerekir ki aslında idari koruma, idari başvuru yollarıyla korumadan ibaret değildir. Örneğin, idarenin kendi kendini denetlemesi yolları olan hiyerarşik denetim ve vesayet denetimi aracılığıyla da hakların korunması mümkün olabilir. Ancak idari başvuru yollarıyla karşılaştırıldığında, bu yolların daha sınırlı bir etkiye sahip olduğu da ifade edilmelidir (Çelikyay, 2010: 460).

İdari başvuruya ilişkin olarak, 1982 Anayasası'nın 74. maddesinin birinci fıkrasında "Vatandaşlar ve karşılıklılık esası gözetilmek kaydıyla Türkiye'de ikamet eden yabancıların kendileriyle veya kamu ile ilgili dilek ve şikâyetleri hakkında, yetkili makamlara ve Türkiye Büyük Millet Meclisine yazı ile başvurma hakkına sahip oldukları" belirtilmiştir. Buna göre Türkiye Büyük Millet Meclisi, siyasi başvuru makamı olup anılan maddedeki "yetkili makamlar" ifadesi ile de "yürütme ve idare makamları"nın kastedildiği kabul edilmektedir (Erdoğan, 2011: 304, 307; ayrıca Çelikyay, 2010: 449).

İdari korumanın etkililiği, yasal idare ilkesi uyarınca bu korumanın temelini oluşturan yasal düzenlemelere bağlıdır. Başka bir deyişle idarenin, hakların korunmasına önemli bir katkı sağlayabilmesi için öncelikle ilgili yasaların bu alanda yeterli olmaları gerekmektedir (Çelikyay, 2010: 459-460). Anayasa Mahkemesi'ne göre; "insan haklarını koruma ve geliştirme amacı doğrultusunda yasal düzenlemeler yaparak ilgili kuruluşları kurmak, özerkliğin kapsamını, görev ve yetkileri ile işlevlerini belirlemek konularında anayasal sınırlar içinde kanun koyucunun takdir yetkisi bulunmaktadır…" (Anayasa Mahkemesi, E. 2016/132, K. 2017/154, K.T. 15.11.2017, par. 30, R.G. 26.12.2017/30282).

2.2. Ulusal İnsan Hakları Kurumları Hakkında Genel Bilgi

İnsan haklarının ulusal düzeyde korunması konusunda görev ve yetkilere sahip kurumlardan biri, "ulusal insan hakları kurumları"dır. Bu tür kurumlar, uluslararası insan hakları standartlarının ulusal düzeyde uygulanmasını amaçlayan, resmî kuruluşlar ve sivil toplum örgütlerinden farklı, kendine özgü kuruluşlardır. "Bağımsızlık" ve "tarafsızlık" özellikleri ile resmî kurumlardan, yasayla kurulmaları bakımından ise sivil toplum örgütlerinden ayrılmaktadırlar (Çelikyay, 2010: 463). Her ne kadar bir ulusal kurum modeli olsalar da kurulmaları ve geliştirilmelerinde uluslararası çabaların önemli rolü olmuştur (Eren, 2012: 7).

Ulusal insan hakları kurumlarına yönelik uluslararası standartlar, doktrinde sıklıkla "Paris Prensipleri" olarak adlandırılan "İnsan Haklarının Korunması ve Geliştirilmesi İçin Ulusal Kurumların Oluşumu ve İşlevleri ile İlgili İlkeler[1]" tarafından belirlenmiştir. Tavsiye niteliğindeki bu belge, 7-9 Eylül 1991 tarihinde Paris'te

1 Principles relating to the Status of National Institutions (The Paris Principles), Adopted by General Assembly resolution 48/134 of 20 December 1993. Bu çalışmada da yararlanılan resmî Türkçe çevirisi için bkz. https://www.ombudsman.gov.tr/contents/files/717Paris-Prensipleri.pdf, E. T. 29.08.2018.

gerçekleştirilen "İnsan Haklarının Geliştirilmesi ve Korunması Ulusal Kurumlar Birinci Uluslararası Atölye Çalışması" sonrasında ortaya çıkmıştır. Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Komisyonu tarafından 1992 yılında kabul edilen ve Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nun 20.12.1993 tarih ve 48/134 sayılı kararıyla onaylanan Paris Prensipleri, ulusal insan hakları kurumları kavramını somutlaştıran en önemli adım olmuştur (Eren, 2012: 10). Paris Prensipleri'ne göre bu kurumların statüsü ile ilgili standartlardan bazıları şunlardır: çoğulcu bir yapıya sahip olma -bu çerçevede sivil toplum kuruluşları, sosyal-mesleki kuruluşlar, akademisyenler, parlamento, din ve felsefi akım temsilcileri, idare temsilcilerinin katılımının sağlanması- hükümetten bağımsız olma ve bu bağımsızlığın anayasal ya da yasal bir çerçeve ile güvence altına alınması, geniş yetkilere ve yeterli finans kaynaklarına sahip olma (Odyakmaz, 2008: 96-97).

2.3. Ulusal İnsan Hakları Kurumu Olarak Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu, 6.4.2016 tarih ve 6701 sayılı Kanun'la kurulan bir kamu tüzel kişisidir. (R.G. 20.4.2016/29690). Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Kanunu'nun 28. maddesiyle, 21.6.2012 tarih ve 6332 sayılı Türkiye İnsan Hakları Kurumu Kanunu yürürlükten kaldırılarak Türkiye İnsan Hakları Kurumu'nun varlığına son verilmiştir. Kurum, hem bir ulusal insan hakları kurumu hem de bir eşitlik kurumu olarak yapılandırılmıştır. Bununla birlikte idarenin yargı dışı denetim yollarından birini oluşturan Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu, iyi yönetim ilkesinin gerçekleştirilmesine de hizmet etmektedir (Cin Karagöz, 2016: 25).

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu, kamu tüzel kişiliğine sahip olmasından dolayı, kamu gücü kullanabilme, idari işlem yapabilme, idari ve mali özerklik gibi özelliklere sahiptir. Yine aynı nedenle, devlet tüzel kişiliği ile Kurum arasında hiyerarşi ilişkisi mevcut değildir (Cin Karagöz, 2016: 25-26). Kurum'un yapısı incelendiğinde, karar organı olan Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurulu ile Kurum'un en üst amiri olan başkan ön plana çıkmaktadır (Akad vd., 2016: 347).

703 sayılı Anayasada Yapılan Değişikliklere Uyum Sağlanması Amacıyla Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'nin 149. maddesi ile Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Kanunu'nda bazı değişiklikler yapılmıştır. (R.G. 9.7.2018/30473-3. Mükerrer). Örneğin, anılan Kanun'un 8. maddesinin 1. fıkrasındaki değişiklik uyarınca, önceden Başbakanlıkla ilişkilendirilen Kurum, 703 sayılı KHK gereği, bundan böyle "Cumhurbaşkanının görevlendireceği bakan" ile ilişkilendirilecektir. Aynı fıkraya ayrıca "Cumhurbaşkanı bu teşkilatın yönetimi ile ilgili yetkilerini gerekli gördüğü hallerde bakan vasıtasıyla kullanabilir." şeklinde bir cümle eklenmiştir.

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Kanunu'nun yürürlüğe girmesinden yaklaşık 1,5 yıl sonra, 2017 yılında Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Kanununun Uygulanmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik kabul edilmiştir (R.G. 24.11.2017/30250).

3. BİR ULUSAL İNSAN HAKLARI KURUMU OLARAK TÜRKİYE İNSAN HAKLARI VE EŞİTLİK KURUMU'NUN GÖREV VE YETKİLERİ

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun görev ve yetkilerini incelemeye geçmeden önce, Kurumun oluşturulmasında en önemli dayanaklardan biri olan Paris Prensiplerine değinmek gerekmektedir.

Devletler kendi hukuk sistemlerine uygun bir model belirleyebilme hakkına sahip olmakla birlikte, oluşturacakları kurumun asgari standartları Paris Prensipleri'ne uygun olmalıdır. Bugün bir ulusal insan hakları kurumunun, uluslararası insan hakları sistemine dâhil olabilmesi, kurumun bu ilkelere uygunluğunu gösteren akreditasyon işlemini yaptırmasına bağlıdır (Eren, 2012:102).

Paris Prensipleri, dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde ulusal kurumların "Yetkileri ve Görevleri", ikinci bölümde ulusal kurumların "Oluşturulma Biçimleri, Bağımsızlık ile Çoğulculuk Güvenceleri", üçüncü bölümde "İşleyiş Biçimleri", dördüncü bölümde "Yargı Kurumlarınınkine Benzer Yetkileri Olan Kuruluşların Statüsüne İlişkin Ek İlkeler" düzenlenmiştir. İlk üç bölümde yer alan ilkeler, tüm ulusal kurum modellerinde bulunması gereken minimum standartları belirlerken, dördüncü bölümde yer alan ilkelerse ulusal kurumların seçimlik olarak sahip olabilecekleri yetki ve görevlere ilişkindir(Pohjolainen, 2006: 7).

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun görev ve yetkileri incelendiğinde en dikkat çeken unsur Kurumun birbiriyle bağlantılı olmakla birlikte temelde birbirinden farklı üç ana işleve sahip olmasıdır. Kurum hem bir ulusal insan hakları kurumu olarak insan haklarının korunması ve geliştirilmesi yönünde faaliyetlerde bulunmakta, hem eşitlik kurumu niteliğiyle kişilerin eşit muamele görme hakkının güvence altına alınmasını

sağlamakta ve hukuken tanınmış hak ve hürriyetlerden yararlanmada ayrımcılığın önlenmesi amaçlarıyla faaliyet göstermekte hem de işkence ve kötü muameleyle etkin mücadele etme konusunda ulusal önleme mekanizması görevini yerine getirmektedir.

6701 sayılı Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Kanunu tasarı halindeyken, komisyon ve TBMM Genel Kurul'undaki görüşmeler sırasında bu üç değişik fonksiyonu bir arada yerine getirecek bir kurum oluşturmak yerine her bir fonksiyonun yerine getirilmesi için ayrı ayrı kurumların oluşturulması gerektiği dile getirilerek, üç fonksiyonun tek bir kurumca yerine getirilmesine yönelik düzenleme yapılmış olması eleştirilmişse de doktrinde, bizim de katıldığımız şekilde, bu fonksiyonların nihai amaçlarının ve görevlerinin insan onurunu ve insan haklarını korumak olması nedeniyle tek bir kurumca yürütülmesinin doğru olduğu dile getirilmektedir (Odyakmaz vd., 2016: 732, 736).

Paris Prensipleri ulusal kurumların görev ve yetkileri konusunda bir fonksiyon sınırlaması getirmemekte, her bir Devlete, kuruma yüklenecek fonksiyonlar açısından kendi uygulayacağı modeli belirleme yetkisi vermektedir. Zira Paris Prensipleri ile tüm devletleri tek bir kalıba sokmak değil, devletlere ulusal kurumlarını oluştururken rehberlik edecek çok genel bir çerçeve sağlamak amaçlanmıştır(Pohjolainen, 2006: 14). Bu kapsamda ulusal kurumlar tek fonksiyonlu olabileceği gibi ülkemiz örneğinde olduğu gibi birden fazla fonksiyon da yüklenebilecektir.

Paris Prensipleri kapsamında Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun görev ve yetkileri insan haklarının ve eşitlik ilkesinin korunması ve geliştirilmesine yönelik genel görev ve yetkiler, İşkenceye ve Diğer Zalimane, Gayriinsanî veya Küçültücü Muamele veya Cezaya Karşı Birleşmiş Milletler Sözleşmesine Ek İhtiyari Protokol hükümleri çerçevesinde ulusal önleme mekanizması olarak sahip olduğu özel görev ve yetkiler ile ayrımcılık yasağı ihlallerine ilişkin başvuruları inceleme yetkisi olarak üç başlık altında incelenebilecektir.

3.1. Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun Genel Nitelikli Görev ve Yetkileri

Paris Prensiplerinin ulusal kurumların yetki ve görevlerini düzenleyen ilk bölümünde yer alan ilkeler, kurum modeli nasıl düzenlenmiş olursa olsun, tüm ulusal insan hakları kurumlarının sahip olması gereken minimum yetki ve görevleri düzenlemektedir.

Belirtmemiz gerekir ki, Paris Prensipleri açısından insan hakları kurumlarının sahip olması gereken görev ve yetkilerin aynısı eşitlik kurumları için de geçerlidir(Odyakmaz vd., 2016: 727). Dolayısıyla Paris Prensiplerindeki insan haklarının korunması ve geliştirilmesine yönelik kurum görev ve yetkileri eşitlik kurumları için de eşitliğin korunması ve geliştirilmesi kapsamında aynı olacaktır. Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu, bu iki fonksiyonu da üstlenmesi nedeniyle Paris Prensiplerinde yer alan görev ve yetkileri hem insan haklarının korunması ve geliştirilmesi hem de eşitliğin korunması ve geliştirilmesi açısından minimum düzeyde sağlamakla yükümlüdür.

Paris Prensiplerine göre ulusal kurumlar, insan haklarının "geliştirilmesi" ve "korunmasına" ilişkin yetkilerle donatılır (Paris Prensipleri, Bölüm 1, par. 1). Paris Prensiplerinde ayrıca ulusal kurumların olabildiğince geniş ve açıkça belirlenmiş görevlerle görevlendirilmesi ilkesi yer almaktadır(Paris Prensipleri, Bölüm 1, par. 2). Yetkilerin "açıkça" belirlenmesi, kurum yetkilerine ilişkin "sınırlamaların", "istisnaların" ve "güvencelerin" neler olması gerektiğinin yasada gösterilmesini gerektirir (Eren, 2012: 300). Yetkilerin "olabildiğince geniş" şekilde belirlenmesi ise uygulamada, anayasada korunan haklardan, çeşitli uluslararası sözleşmelerde korunan insan haklarına kadar, Kurumun haklar bakımından mümkün olan en geniş sorumluluğa sahip olması ve kurumun çalışması için mümkün olan en kapsamlı hukuki temele sahip olması olarak yorumlanmıştır (United Nations, 1995: 12). Ulusal kurumlar, insan haklarının evrenselliğini, karşılıklı bağımlılığını, karşılıklılığını ve bölünmezliğini kabul ederek, tüm insan hakları konularını kapsayan geniş bir yetki alanına sahip olmalıdır(Commonwealth Secretariat, 2001: 18).

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'da bu ilkelere uygun olarak insan haklarının korunması ve geliştirilmesi ile genel olarak görevli ve yetkili kılınmıştır. 6701 sayılı Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Kanunu'nun "Amaç ve Kapsam" başlıklı 1. maddesi uyarınca ilgili kanunun amaçlarının başında "insan onurunu temel alarak insan haklarının korunması ve geliştirilmesi" gelmektedir. Yine 6701 sayılı Kanunun Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun görevlerinin düzenlendiği 9. maddesinde de Kurum'un insan haklarının korunması ve geliştirmesine yönelik görevleri düzenlenmiştir.

Komisyon tipi ulusal kurumlar, insan haklarını geliştirme işlevinin ön plana çıktığı, Paris Prensiplerindeki yetki ve görevlere en uygun ulusal kurum modelleridir (Pohjolainen, 2006: 17). Bu çerçevede komisyon tipi bir ulusal

kurum modeli olan Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'na insan haklarını geliştirme konusunda Paris Prensiplerinde belirtildiği üzere açıkça ve olabildiğince geniş olarak yetki ve görevlerin verildiğini görmekteyiz.

Kurumun insan haklarının geliştirilmesi ve korunmasına yönelik genel nitelikli görevleri danışmanlık yetki ve görevleri, geliştirme yetki ve görevleri, işbirliği yetki ve görevleri, izleme ve raporlama yetki ve görevleri olarak alt başlıklara ayrılabilir.

3.1.1. Danışmanlık

Danışmanlık, Paris Prensipleri ile ulusal insan hakları kurumlarına yüklenen görev ve yetkilerin başında gelmektedir.

Bu görev, öncelikli olarak ulusal mevzuatın insan hakları hukukuna uyumunun sağlanmasını amaçlamaktadır(Eren, 2012: 319). Buna göre ulusal kurumlar, yürürlükteki yasaları, mevzuatı ve yürürlüğe konulacak yasa tasarıları ile yasa önerilerini inceler ve bu metinlerin, insan haklarının temel ilkeleriyle uyumlu hale getirilmeleri için uygun gördükleri tavsiyeleri yaparlar; gerek gördükleri takdirde de, yeni yasaların kabul edilmesini, yürürlükteki yasaların uyumlu hale getirilmesini ve idari önlemlerin alınmasını veya değiştirilmesini tavsiye ederler (Paris Prensipleri, Bölüm 1, par. 3/a(i)).

6701 sayılı Kanunun 9. maddesinin birinci fıkrasının (e) bendi ile Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'na da bu yönde bir danışma görevinin verildiğini görmekteyiz. Bu hüküm uyarınca Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu görev alanıyla ilgili mevzuat çalışmalarını izlemek, değerlendirmek, bunlara ilişkin görüş ve önerilerini ilgili mercilere bildirmekle yükümlüdür.

İnsan haklarının dinamik yapısı ve uzmanlık isteyen bir alan olması ulusal kurumların danışmanlık işlevlerinin önemini artırmaktadır. Danışmanlık işlevinin gereği gibi yerine getirilmesi için ulusal kurumların, yasa önerilerinin hazırlanması, komisyon çalışmaları ve yasaların uygulanması süreçlerinde ilgili kurumlarla işbirliği içinde olmasını sağlayıcı yetkilere sahip olması gerekmektedir.

Paris Prensipleri ile ulusal kurumlara verilen bir diğer danışma görevi ise ulusal mevzuat ve uygulamanın insan hakları alanındaki uluslararası standartlara uygun hale getirilmesini ve uygulanmasını sağlamaktır(Eren, 2012: 319). Paris Prensipleri uyarınca ulusal kurumlar, ulusal düzeyde yürürlükte olan yasaların, mevzuatın ve uygulamaların, insan haklarına ilişkin uluslararası belgeler ve mekanizmalarla uyumlu hale getirilmesini ve bunların hayata geçirilmesini teşvik ederler ve sağlarlar(Paris Prensipleri, Bölüm 1, par. 3/b).

6701 sayılı Kanunun 9. maddesinin birinci fıkrasının (ö) bendi ile Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'na Türkiye'nin taraf olduğu uluslararası insan hakları sözleşmelerinin uygulanmasını izleme, bu sözleşmeler uyarınca kurulan inceleme, izleme ve denetleme mekanizmalarına görüş bildirme görevleri verilmiştir.

3.1.2. Geliştirme

İnsan haklarının geliştirilmesi ulusal insan hakları kurumlarının temel işlevlerinden biridir. 6701 sayılı Kanunun 9. maddesinin ilk fıkrasının (a) bendinde de "İnsan haklarının… geliştirilmesine… yönelik çalışmalar yapmak" Kurumun görevleri arasında sayılmaktadır.

Paris Prensipleri çerçevesinde ulusal kurumların insan haklarını geliştirme rolüne ilişkin olarak iki temel görevi bulunmaktadır: Eğitim ve araştırma ile bilinçlendirme ve tanıtım faaliyetleri.

3.1.2.1. Eğitim ve Araştırma

Ulusal kurumların insan haklarının geliştirilmesi alanındaki görevlerinden ilki eğitim ve araştırmalardaki rolüdür. Aynı husus eşitlik kurumları açısından ayrımcılıkla mücadelenin sağlanması açısından da geçerlidir.

Paris Prensiplerine göre ulusal kurumlar insan hakları eğitimi-öğretimi ve araştırma programlarının geliştirilmesi için (ilgili kuruluşlarla) işbirliği yapmalı ve bu programların okul, üniversite ve meslek çevrelerinde uygulanmasına katılmalıdırlar(Paris Prensipleri, Bölüm 1, par. 3/f).

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun görevleri incelendiğinde insan hakları ve eşitlik eğitimine yönelik olarak önemli sorumluluklar üstlendiği görülmektedir. Bunlardan ilki Kurumun formal eğitim sürecindeki yükümlülükleridir. 6701 sayılı Kanunun 9. maddesinin ilk fıkrasının (c) bendi ile Kuruma, millî eğitim müfredatında bulunan insan hakları ve ayrımcılık yasağıyla ilgili bölümlerin hazırlanmasına katkıda bulunma

ödevi yüklenmiştir. Kurum aynı şekilde ilgili maddenin (ç) bendi ile Yükseköğretim Kurulunun eşgüdümünde üniversitelerin insan hakları ve eşitlik ile ilgili bölümlerinin kurulmasına ve insan hakları ve eşitlik öğretimine dair müfredatın belirlenmesine katkıda bulunmakla da görevli kılınmıştır.

Görüldüğü üzere formal eğitimin tüm basamaklarında Kurum insan hakları ve eşitlik ile ilgili müfredatın hazırlanmasında ilgili Kurumlarla işbirliği içinde olmalı ve bu müfredatın hazırlanmasına katkı sağlamalıdır. Ancak belirtmek gerekir ki okul müfredatlarının ve içeriklerinin hazırlanması sırasında Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'yla işbirliği içinde olunmasının yasal altyapısı da oluşturulmalıdır. Bu işbirliğinin kurumların takdirlerine bırakılması durumunda sürekliliğinin sağlanması zordur (Eren, 2012: 354).

Ulusal kurumlar yalnızca formal eğitim süreçlerinde değil meslek içi eğitim gibi informal eğitim süreçlerinde de aktif rol almalıdır. 6701 sayılı Kanunla Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'na bu yönde bir görev ve yetki verildiğini de görmekteyiz. İlgili Kanunun 9. maddesinin ilk fıkrasının (d) bendiyle Kuruma kamu kurum ve kuruluşlarının meslek öncesi ve meslek içi insan hakları ve eşitlik eğitimi programlarının esaslarının belirlenmesine ve bu programların yürütülmesine katkıda bulunma görevi de verilmiştir.

Özellikle görevleri gereği insan hakları ve eşitlik uygulamalarını yönlendiren bazı meslek gruplarının insan hakları alanında meslek içi eğitime tabi tutulması insan haklarının ve eşitlik ilkesinin geliştirilmesine büyük katkı sağlayacaktır. Birleşmiş Milletlerin, insan hakları alanında meslek içi eğitim verilmesini önerdiği gruplar olarak avukatlar, hakimler, savcılar, kolluk görevlileri, cezaevi görevlileri; milletvekilleri, yasaların yapımında ve/veya değiştirilmesinde görevli kamu görevlileri, uluslararası insan hakları kurumlarına sunulacak raporları hazırlamakla görevli kamu görevlileri başta olmak üzere silahlı kuvvetler mensupları, medya çalışanları, öğretmenler, sağlık çalışanları, toplumsal liderler gibi pek çok meslek grubu sayılmaktadır(United Nations , 1995: 20-21).

Ulusal kurumların insan haklarının ve eşitliğin geliştirilmesi için yürüteceği bir diğer eğitim faaliyeti ise insan hakları sorunlarının geniş katılımla tartışılmasının sağlanacağı ve bu sorunlara yönelik çözüm önerilerinin ortaya konulabileceği seminer, konferans gibi bilimsel etkinliklerin düzenlenmesidir. Bu tarz etkinlikler diğer formal ya da informal eğitim faaliyetlerinden farklı olarak insan hakları ve eşitlik konularında uzmanların ve diğer meslek gruplarından kişilerin karşılıklı bilgi ve görüş alışverişi yapmalarını sağlayacaktır. Ulusal insan hakları kurumları sahaya yönelik tecrübeleri sayesinde insan hakları alanındaki tartışmaların ve uygulama sorunlarının olduğu öncelikli alanları belirleyebilecektir. Ulusal kurumlar alanlarında uzman kişileri bu etkinliklerde bir araya getirerek yaşanılan sorunlara çözüm aranmasını teşvik edebilecektir (United Nations , 1995: 22).

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu da insan haklarının gelişmesine yönelik çalışmalar yapma yetki ve görevi çerçevesinde çeşitli konferans etkinlikleri düzenlemektedir. Kanımızca bu etkinliklerde farklı görüşlerin ortaya konulabilmesi açısından katılımcılarının olabildiğince geniş bir mesleki ve bilimsel çevreden belirlenmesinde yarar vardır.

Ulusal insan hakları kurumları insan hakları konusunda eğitim programları düzenleyerek de insan haklarını geliştirme işlevlerini yerine getirebilirler. Bazı ulusal kurumlar okul çağındaki çocuklara düzenledikleri eğitimlerle insan hakları kültürünün küçük yaşta kazandırılmasında önemli bir adım atmışlardır. Benzer girişimler daha ileri yaşlardaki katılımcılara yönelik olarak da yapılmıştır. İnsan hakları hemen hemen bütün disiplin alanlarının konusuna girebilmektedir. Bu nedenle ulusal kurumlarca üniversite yöneticileriyle iş birliği yapılarak yükseköğretim kurumları içerisinde insan haklarına yönelik eğitim programları oluşturulması da sağlanmaktadır. Ancak ulusal kurumlar formal eğitim süreci dışında kendileri de eğitim programları düzenleyerek insan hakları alanındaki eğitim seviyesinin yükseltilmesine katkı sağlayabilmektedir (United Nations , 1995: 22).

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Kanunu ile insan hakları ve eşitlik eğitimi açısından önemli düzenleme yapılarak "İnsan Hakları ve Ayrımcılıkla Mücadele Eğitimi" öngörülmüştür. Bu eğitim ile insan onurunu temel alarak insan haklarının korunması ve geliştirilmesi, kişilerin eşit muamele görme hakkının güvence altına alınması, hukuken tanınmış hak ve hürriyetlerden yararlanmada ayrımcılığın önlenmesi amacıyla insan hakları ve ayrımcılıkla mücadele eğiticilerinden alınan, insan haklarının korunması, geliştirilmesi ve ayrımcılıkla mücadelenin yürütülmesi ile ilgili temel bilgilerin, ayrımcılıkla mücadele için gerekli olan bilgi ve becerilerin kazanılması amaçlanmıştır (TİHEK Yön. m. 105).

İnsan hakları ve ayrımcılıkla mücadele eğitimiyle ilgili ulusal, bölgesel ve yerel ihtiyaçlar Kurum tarafından belirlenecek, bu belirlemeden sonra eğitime tabi tutulacak hedef gruplar ve insan hakları ve ayrımcılık eğitimiyle ilgili yerler yine Kurumca tespit edilecektir.

Uluslararası örgütlerin önerilerine de paralel şekilde bu eğitimlerde öncelikli grup olarak toplumdaki rolleri ya da konumları itibariyle daha geniş bir kitleyi ya da grupları etkileyebilecek kişiler, devlet memurları, cezaevi personelleri, din görevlileri, gençler ve STK temsilcileri ve benzeri kişilerin eğitim alması, daha sonra da aynı eğitimi toplumun diğer kesimlerine vermeleri planlanmıştır.

İnsan haklarının geliştirilmesi misyonunun sağlanması için ulusal kurumların bir diğer görevi ise bu alandaki araştırma faaliyetlerinin desteklenmesidir. Bu çerçevede ulusal kurumlar insan hakları alanında çalışma yapan araştırmacılara, enstitülere, sivil toplum kuruluşlarına destek olmalıdır. İnsan hakları kurumlarının araştırma faaliyetlerine yapabileceği bir diğer katkı araştırmacılara, kamu makamlarına ve ilgililere bilgi sağlamak ve insan hakları ile ilgili herkesin ulaşabileceği bir veri tabanı ve dokümantasyon merkezi oluşturmaktır. 6332 sayılı Türkiye İnsan Hakları Kurumu Kanunu ile "Bilgi ve Dokümantasyon Birimi" oluşturulması öngörülmekteyken, 6701 sayılı Kanun'da genel anlamda hizmet birimlerine yönelik bir düzenleme bulunmamaktadır. Bu nitelikte bir hizmet birimi Kurum Yönetmeliğinde de düzenlenmemiştir. Şuan için Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun böyle bir bilgi akışını sağlamada eksik kaldığını ifade etmemiz gerekir.

3.1.2.2. Bilinçlendirme ve Tanıtım

Ulusal kurumların insan haklarının geliştirilmesine yönelik bir diğer görevi bilinçlendirme ve tanıtım faaliyetleridir. Ulusal kurumların bilinçlendirme ve tanıtım görevleri Paris Prensiplerinde de yer almıştır. Paris Prensiplerine göre ulusal kurumlar, insan haklarına ve ayrımcılığa –özellikle de ırk ayrımcılığına- karşı mücadeleyi, bilgilendirme ve eğitim yoluyla kamuoyunu duyarlı hale getirerek ve bütün kitle iletişim araçlarına başvurarak tanıtırlar (Paris Prensipleri, Bölüm 1, par. 3/g).

6701 sayılı Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Kanununda da bilinçlendirme faaliyetlerine Kurumun görevleri arasında yer verilmiştir. İlgili Kanunun 9. maddesinin ilk fıkrasının (b) bendi uyarınca, Kurum insan hakları ve ayrımcılıkla mücadele konularında kitle iletişim araçlarını da kullanarak bilgilendirme ve eğitim yoluyla kamuoyunda duyarlılığı geliştirmekle yükümlüdür. Görüldüğü üzere Kurum hem insan hakları hem de bir eşitlik kurumu olarak yine her iki alanda da bilinçlendirme ve tanıtım faaliyetlerini yürütmekle sorumludur.

İnsan hakları konusunda bilinçlenmenin iki yönünden bahsedilebilecektir. Bunlardan birincisi "iç uyanıklık" denilen, bireyin kendi iç dünyasında insan hakları konularında duyarlı hale gelmesi ve başkalarının hak ve özgürlüklerine saygılı olması konusunda bilinçlenmesidir. İkincisi ise "dış uyanıklık"tır. Dış uyanıklık da birey ve grupların çevrelerinde gerçekleşen hak ihlalleri konusunda bilinçlenmesidir(Eren, 2012: 350).

Ulusal kurumlar, insan hakları ve eşitliğe ilişkin bilgi ve belge toplayarak, üreterek ve yayarak; insan haklarını ve eşitliği geliştirici organizasyonlar düzenleyerek ve bu yönde toplumsal girişimleri teşvik ederek; medya ile birlikte çalışarak; Kurumun ve Kurumun çalışmalarının görünürlüğünü sağlayarak bireylerin insan hakları ve eşitlik alanında bilinçlenmesine yardımcı olabileceklerdir(United Nations , 1995: 18-20).

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun görevini gereği gibi yürütebilmesi ancak Kurumun yurt çapında tanınırlığının artmasına bağlıdır. Zira Kurumun toplumca tanınırlığının yeterli düzeyde bulunmaması hazırladıkları raporlarla idare üzerinde oluşabilecek kamuoyu baskısını ortadan kaldırarak, Kurumun faaliyetlerinin etkililiğini azaltabilecektir. Keza dezavantajlı kişiler Kurumdan habersiz oldukları için şikâyet hakkı gibi bazı haklarını kullanamayacaklardır. Bu nedenle Kurum'un toplumsal görünürlüğünü artırması, bunun için de toplumsal duyarlılığa yol açmış konularda çalışmalar yürütmesi ve sonuçlarını kamuoyuna duyurması, basın-yayın araçlarını etkili kullanması, eğitim faaliyetlerini toplumun tüm kesimlerine yayması gibi etkinliklere ağırlık ve hız vermesi gerekmektedir.

3.1.3. İşbirliği

Günümüzde ulusal insan hakları kurumları, sivil toplumla hükümet, hükümet ile uluslararası örgütler arasında bir köprü görevi görmektedir. Bu nedenle bu kurumlara, sivil toplum örgütleri, diğer ulusal kurumlar ve uluslararası örgütlerle işbirliği yetkisinin tanınması büyük önem taşımaktadır (Eren, 2012: 360).

Ulusal kurumlarla sivil toplum arasındaki işbirliğinin sağlanmasına yönelik olarak Paris Prensiplerinde sivil toplum kuruluşlarının, ulusal kuruluşların yaptıklarını güçlendirmede oynadığı önemli rol göz önüne alınarak, insan haklarının geliştirilmesi ve korunması, ekonomik ve sosyal gelişme, ırkçılığa karşı mücadele, (çocuklar, yabancı işçiler, sığınmacılar, bedensel ve zihinsel engelliler gibi) güçsüz grupların korunması için çalışan veya

uzmanlaşmış alanlara yönelen sivil toplum kuruluşlarıyla ilişkilerini geliştirmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Paris Prensipleri, Bölüm 3, par. g).

Paris Prensiplerinde benzer şekilde ulusal kurumların yargı gücü olsun-olmasın insan haklarının geliştirilmesi ve korunmasıyla yükümlü diğer organlarla (özellikle de ombudsman, arabulucu ve buna benzer organlarla) karşılıklı olarak danışma ilişkileri sürdürülmesi gerektiği ifade edilmektedir (Paris Prensipleri, Bölüm 3, par. f.).

6701 sayılı Kanun incelendiğinde söz konusu işbirliğini sağlamaya yönelik bazı hükümler dikkat çekmektedir.

Bunlardan ilki Kurumun görevlerinin düzenlendiği 9. maddedir. İlgili maddenin ilk fıkrasının (n) bendinde Kuruma insan haklarının korunması ve ayrımcılıkla mücadele kapsamında faaliyet yürüten kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum kuruluşları, meslek kuruluşları ve üniversitelerle işbirliği yapma görevi açıkça verilmiştir.

Kurumla sivil toplum kuruluşları ve diğer kamu kurum ve kuruluşlarının işbirliğini sağlamaya yönelik bir diğer düzenleme ise istişare komisyonları ile istişare toplantılarının düzenlendiği 22. maddedir. İlgili maddenin ilk fıkrasında ayrımcılık yasağıyla ilgili konularda sorunları ve çözüm önerilerini tartışmak ve bu konularda bilgi ve görüş alışverişinde bulunmak amacıyla istişare komisyonu oluşturulması düzenlenmektedir. Bu komisyonun işbirliği ilkesine uygun olarak kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum kuruluşları, sendikalar, sosyal ve mesleki kuruluşlar, yükseköğretim kurumları, basın ve yayın kuruluşları, araştırmacılar ve ilgili diğer kişi, kurum ve kuruluşların katılımıyla oluşturulması öngörülmektedir.

Benzer şekilde 22. maddenin 2. fıkrasında insan hakları sorunlarını tartışmak ve insan hakları konularında bilgi ve görüş alışverişinde bulunmak amacıyla, Kurumca istişare toplantıları yapılacağı düzenlenmektedir. Bu toplantıların da kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum kuruluşları, sendikalar, sosyal ve mesleki kuruluşlar, yükseköğretim kurumları, basın ve yayın kuruluşları, araştırmacılar ve ilgili diğer kişi, kurum ve kuruluşların katılımıyla gerçekleştirilmesi öngörülmektedir.

Benzer bir düzenleme 6701 sayılı Kanun'un 14. maddesinde de yer almaktadır. İlgili maddenin 4. fıkrasıyla Kuruma, görev alanına giren konularla ilgili olarak çalışmalarda bulunmak üzere kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve konuyla ilgili uzmanların katılımı ile altı ay süreli geçici komisyonlar oluşturabilme yetkisi tanınmıştır.

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun sivil toplum kuruluşları ve diğer kamu kurum ve kuruluşları ile işbirliğini sağlamaya yönelik olarak getirilen bu düzenlemelerin yerinde olduğunu ve bu düzenlemelerin uygulamada da etkin olarak kullanılmasının Kuruma fonksiyonlarını yerine getirmede büyük fayda sağlayacağını düşünmekteyiz.

Ulusal kurumların işbirliği içinde olmasının büyük önem arz ettiği bir diğer kuruluşsa parlamentolardır. Ulusal kurumların parlamentolarla kurduğu ilişkiler insan hakları ihlallerine yönelik parlamento denetiminin etkinliğini sağlamak açısından ayrıca önemlidir. Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun Türkiye Büyük Millet Meclisi ile işbirliğini sağlamak açısından Kurumla benzer misyonlarla kurulan Türkiye Büyük Millet Meclisi İnsan Haklarını İnceleme Komisyonu ve Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu özel bir önem arz etmektedir. Buralarla yapılacak işbirliğiyle komisyonların ve kurumun benzer alanlarda yaptıkları çalışmalar ortak bir akılla değerlendirilebilecek, ayrıca Kurumun görev ve yetkileri çerçevesinde elde ettiği bulgularla ilgili siyasal denetim mekanizmaları da harekete geçirilebilecektir2.

6701 sayılı Kanunda bu husus göz ardı edilmeyerek, Kanun'un 9. maddesinin 3. fıkrası ile Kurumun, görev ve yetkilerine ilişkin olarak Türkiye Büyük Millet Meclisi İnsan Haklarını İnceleme Komisyonunu ve Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonunu yılda en az bir defa bilgilendirmesi öngörülmüştür. Bu düzenleme işbirliğini başlatmak açısından önemli olmakla birlikte kanımızca gerçek bir işbirliği sağlamada yeterli değildir. Ancak Kurum ve Komisyonların takdirleriyle bu işbirliğinin artırılması da mümkündür.

İşbirliğinin bir diğer boyutu da ulusal kurum ile uluslararası örgütler arasındaki işbirliğidir. Paris Prensipleri ile de ifade edildiği gibi ulusal kurumlar Birleşmiş Milletler Teşkilatı ve bütün alt kuruluşlarıyla, bölgesel kuruluşlarla ve diğer ülkelerin insan haklarını geliştirme ve koruma konusunda yetkili ulusal kuruluşlarıyla işbirliği yapma görev ve yetkisine sahip olmalıdır(Paris Prensipleri, Bölüm 1, par. e). Bu işbirliğini sağlama hususunda hükümetler etkin rol oynamalı ve ulusal kurumların diğer ulusal kurumlarla ve çok taraflı ve bölgesel organlarla temas

2 Mevcut İnsan Haklarını İnceleme Komisyonu ile Kadın-Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu'nun "İnsan Hakları İhlâllerini, Eşitsizliği ve Ayırımcılığı Önleme Komisyonu" şeklinde yeniden düzenlenerek çalışma alanlarının genişletilmesinin sağlanması da bir öneri olarak sunulmaktadır. Bkz. Odyakmaz vd., 2016: 757.

kurma çabalarını kolaylaştırarak gerektiğinde diğer ilgili kurumlarla ilişkiler kurmak konusunda ulusal kurumların imkânlarını artırmak için kendi ofislerini kullanmalıdırlar(Commonwealth Secretariat, 2001: 28).

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun bu boyuttaki işbirliği 6701 sayılı Kanun'un 9. maddesinin ilk fıkrasının (m) bendinde düzenlenmiştir. İlgili hüküm uyarınca Kurum, insan hakları ve ayrımcılıkla mücadele alanındaki uluslararası gelişmeleri izlemek ve değerlendirmek, alanındaki uluslararası kuruluşlarla ilgili mevzuat dâhilinde işbirliği yapmakla görevli ve yetkilidir.

Uluslararası örgütlerle işbirliği çerçevesinde ulusal kurumların üç temel fonksiyonu bulunmaktadır(Commonwealth Secretariat, 2001: 30).

Bunlardan ilki Devletlerin sözleşmelerden doğan yükümlülüklerini yerine getirmeleriyle ilgili olarak Birleşmiş Milletlerin organlarına ve komitelerine veya bölgesel kuruluşlara sundukları raporların hazırlanmasında katkıda bulunma, gerektiğinde de, bağımsızlıklarına bağlı kalarak bu konuda görüş bildirme görevleridir(Paris Prensipleri, Bölüm 1, par. d.).

6701 sayılı Kanun'un 9. maddesinin ilk fıkrasının (ö) bendi ile Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'na Türkiye'nin taraf olduğu uluslararası insan hakları sözleşmeleri uyarınca kurulan inceleme, izleme ve denetleme mekanizmalarına Devletin sunmakla yükümlü olduğu raporların hazırlanması sürecinde, ilgili sivil toplum kuruluşlarından da yararlanmak suretiyle görüş bildirme yetki ve görevi verilmiştir.

Bir diğer fonksiyon ise ulusal kurumların uluslararası insan hakları mekanizmalarının toplantılarına katılması ve buralarda bağımsız olarak faaliyetlerde bulunmalarıdır.

Yine 6701 sayılı Kanun'un 9. maddesinin ilk fıkrasının (ö) bendi ile Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'na Devletin sunmakla yükümlü olduğu raporların sunulacağı uluslararası toplantılara temsilci göndererek katılma yetki ve görevi verilmekle birlikte, genel anlamda uluslararası insan hakları örgütlerinin toplantılarına katılması ve buralarda bağımsız olarak faaliyetlerde bulunma konusunda bir düzenleme bulunmamaktadır. Ancak işbirliğine yönelik genel nitelikli düzenleme çerçevesinde bu faaliyetlerde bulunabilmesi muhtemeldir.

Ulusal kurumlar son olarak uluslararası kuruluşların herhangi bir denetim görevi kapsamında ülkeye yaptıkları ziyaretlerinde, bu uluslararası kuruluşlara destek olmalı ve alınan kararların sonuçlarını izlemelidir(Eren, 2012: 378). 6701 sayılı Kanun'un 9. maddesinin ilk fıkrasının (ö) bendi ile Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'na Türkiye'nin taraf olduğu uluslararası insan hakları sözleşmelerinin uygulanmasını izleme yetki ve görevi verilmiştir. Böylelikle bu sözleşmeler çerçevesinde alınacak kararların uygulanmasını izleme yükümlülüğü yüklenmiştir.

Belirtmemiz gerekir ki uluslararası işbirliğinde ulusal kurumların görüş ve katkılarının dikkate değer kabul edilmesi ancak kurumun uluslararası standartlar çerçevesinde örgütsel ve işlevsel bağımsızlığının bulunduğuna kanaat getirilmesiyle mümkündür.

3.1.4. İzleme ve Raporlama

Ulusal insan hakları kurumları insan hakları ihlallerine karşı bir bekçi gibi hareket etmelidir. Başka bir açıklamayla ülkedeki insan hakları uygulamasını izlemeli ve tespit ettiği ihlallerin ortadan kaldırılması için mücadele etmelidir. Bu mücadelenin yapılabilmesi için kurumlar inceleme yapma, soruşturma açma, çözüm önerisi sunma ve uygulamaya ilişkin görüşlerini bildirme gibi yetkilere sahip olmalıdır. Paris Prensipleriyle de ulusal kurumların uygun gördükleri insan hakları ihlalleri vakalarına el koyma, insan haklarının ulusal düzeydeki genel durumu ve daha özel sorunlar üzerine raporlar hazırlama, ülkede olup biten insan hakları ihlalleri vakalarına hükümetin dikkatini çekme, bu ihlallerin son bulması için hükümete her türlü girişimi önerme ve gerektiği takdirde hükümetin tavır ve tepkilerine ilişkin görüş bildirme yetki ve görevlerine sahip olması gerektiği ortaya konulmuştur(Paris Prensipleri, Bölüm 1, par. a/ii, iii, iv).

3.1.4.1. İnsan Hakları İhlallerine İlişkin Re'sen İnceleme ve Soruşturma

Genel bir yetki ve görev olarak bütün ulusal kurumlar kendi inisiyatifleriyle insan hakları ihlali iddialarına yönelik olarak inceleme ve soruşturma başlatmaya yetkili olmalı ve bu yetki özellikle kendi başlarına kuruma erişmekte güçlük çekebilecek kişilerin/kişi gruplarının insan hakları kaygılarını araştırmak için etkin olarak kullanılmalıdır(Commonwealth Secretariat, 2001: 20).

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu, Türkiye'deki insan hakları ihlalleri hakkında inceleme ve soruşturma görevleriyle donatılmıştır. Ancak belirtmek gerekir ki Kurumun insan hakları ihlallerine yönelik sahip olduğu inceleme ve soruşturma görevi Paris Prensiplerinde belirtilen genel yetkiler arasında olup, yargı benzeri bir yetki olan başvuru kabulü yetkisini içermemektedir. 6701 sayılı Kanun ile ilga edilmiş olan Türkiye İnsan Hakları Kurumuna tanınmış olan insan hakları ihlallerine ilişkin şikâyet başvurularını kabul etme yetkisinin Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'na yalnızca ayrımcılık yasağı ihlalleri ve özgürlüğünden mahrum bırakılan ya da koruma altına alınan kişilerin ulusal önleme mekanizması kapsamındaki başvuruları ile sınırlı olarak tanınması dikkat çekicidir.

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu, 6701 sayılı Kanun'un 9. maddesinin ilk fıkrasının (f) ve (g) bentleri ile insan hakları ve ayrımcılık yasağı ihlallerine ilişkin olarak re'sen incelemek, araştırmak, karara bağlamak ve sonuçlarını takip etmekle yetkili ve görevlidir. Kurum bu yetki ve görevlerini kullanarak tıpkı Paris Prensiplerinde belirtildiği üzere insan hakları ve ayrımcılık yasağı ihlallerine el koyarak, insan hakları konusundaki koruyuculuk görevini yerine getirecektir.

Kurum, inceleme görevi kapsamında tüm kamu kurum ve kuruluşları ile diğer gerçek ve tüzel kişilerden ilgili bilgi ve belgeleri istemeye, incelemeye ve bunların örneklerini almaya, ilgililerden yazılı ve sözlü bilgi almaya, özgürlüğünden mahrum bırakılan ya da koruma altına alınan kişilerin bulundukları yerleri ziyaret etmeye, buralarda inceleme yapmaya ve gerekli tutanakları düzenlemeye, kötü muameleye maruz kaldığı iddia edilen kişi ya da kişilerle görüşmeye yetkilidir. Ayrıca Kurumca inceleme ve araştırma yapılan ve ileri derecede teknik ve mali uzmanlık bilgisi gerektiren konularla ilgili olarak bilirkişi görevlendirilmesi ve inceleme ve araştırma konusuyla ilgili olarak gerek görülmesi hâlinde, tanık veya ilgili kişilerin dinlenebilmesi mümkündür. (6701 sy. Kanun, m. 19-20.)

3.1.4.2. Raporlama

Ulusal kurumların önemli işlevlerinden bir diğeri de rapor hazırlamaktır. Ulusal kurumlar iki çeşit rapor hazırlamaktadır. Bunlardan ilki her yıl faaliyetlerine ilişkin hazırladıkları yıllık raporlar, ikincisi ise uygun gördükleri konulara ilişkin olarak her zaman hazırlayabilecekleri özel raporlardır.

6701 sayılı Kanun ile Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'na hem insan haklarının korunması ve geliştirilmesi, işkence ve kötü muameleyle mücadele ve ayrımcılıkla mücadele alanlarında yıllık raporlar hazırlama hem de gerek görüldüğünde görev alanına ilişkin özel raporlar yayımlama yetki ve görevleri verilmiştir.

Hazırlanan raporların sunulduğu makam ve kişiler raporların etkililiğinde önem taşımaktadır. Genel olarak raporların parlamentoya ve insan haklarından sorumlu bakana sunulması, parlamentoların ulusal kurumların raporlarını tartışma imkânına sahip olması, parlamento komisyonlarının bu raporların derinlemesine değerlendirilmesi için teşvik edilmesi ulusal kurumların raporlarının etkililiğinin sağlanmasında en iyi uygulamalar olarak belirtilmektedir(Commonwealth Secretariat, 2001: 28).

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun yıllık raporlarını Cumhurbaşkanlığına ve Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığına sunacağı düzenlenmiştir. Yine Kurumun görev ve yetkilerine ilişkin olarak Türkiye Büyük Millet Meclisi İnsan Haklarını İnceleme Komisyonunu ve Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonunu yılda en az bir defa bilgilendirmesi öngörülmektedir.

Kurumun raporlarını Cumhurbaşkanına ve Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığına sunacağının düzenlenmesi uluslararası iyi uygulama kıstasları açısından yerinde olmakla birlikte, bu raporların Mecliste görüşülmesine yönelik bir düzenleme olmayışı ve yine Kuruma çalışmaları hakkında meclis komisyonlarını bilgilendirme yetkisi tanınmış olsa bile Komisyonların Kurum raporlarını değerlendirme sorumluluğunun bulunmaması kanımızca raporların yaratacağı denetim işlevini azaltacak niteliktedir. Zira yıllık raporlar insan haklarının korunması ve geliştirilmesi konularında hem hükümetin hem de ulusal kurumların performanslarının parlamento denetimini sağlamaya yönelik önemli bir işleve sahiptir. Bu nedenle parlamentoların rapor bulgularını tartışmak için gerçek bir fırsata sahip olmasını sağlamak gerekmektedir(Commonwealth Secretariat, 2001: 28).

Raporlarla ilgili son olarak üzerinde duracağımız husus raporların kamuya duyurulmasıdır. Ulusal kurumların hazırladığı yıllık ve özel raporlar ilgili yerlere sunulduktan sonra aynı zamanda medya aracılığıyla kamuya da duyurulmalıdır. Böylelikle hem inceleme süreçlerinin güvenilirliği desteklenmiş hem de daha sonra yapılacak şikâyetler için cesaretlendirici bir ortam yaratılmış olup raporların etkinliği artırılacaktır(Eren, 2012: 345). Raporların yayınlanması, Kurumun faaliyetlerinin kamunun da incelemesine açılarak insan hakları ve ayrımcılık

yasağı uygulamaları hakkında farklı görüş ve önerilerin ortaya çıkmasına ve toplumsal bilinç ve kurumsal tanınırlığın artmasına yol açacaktır. Böylelikle Kurumun geliştirme işlevleri desteklenecek, ayrıca hükümetin ve Kurumun faaliyetleri üzerinde kamuoyu denetimi de sağlanmış olacaktır.

Kurum Yönetmeliği'nin 115. maddesinin üçüncü fıkrasında yıllık raporların resmî internet sitesinde veya başka surette yayınlanabileceği belirtilerek, raporların duyurulması düzenlenmiştir. Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun yetki ve görevlerine ilişkin ikincil mevzuatın 2017 Kasım'ında yürürlüğe konulabilmesi nedeniyle şu an için Kurumca yayınlanmış yıllık ya da özel bir rapor bulunmamaktadır.

3.2. Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun İşkenceye ve Diğer Zalimane, Gayriinsanî veya Küçültücü Muamele veya Cezaya Karşı Birleşmiş Milletler Sözleşmesine Ek İhtiyari Protokol Hükümleri Çerçevesinde Ulusal Önleme Mekanizması Olarak Görev ve Yetkileri

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Kanunu ile birbirleriyle bağlantılı üç alanın; insan haklarının korunması ve geliştirilmesi, ayrımcılıkla mücadele ve eşit muamele hakkı ile işkence ve kötü muameleye karşı mücadelenin tek bir kurumsal çatı altında toplanması amaçlanmaktadır (Odyakmaz vd., 2016: 733). İşkence ve kötü muameleyle mücadele edilebilmesi için Kurum'a farklı görevler verilmiştir. Bu kapsamdaki başlıca görevlerden biri, İşkenceye ve Diğer Zalimane, Gayriinsanî veya Küçültücü Muamele veya Cezaya Karşı Birleşmiş Milletler Sözleşmesine Ek İhtiyari Protokol hükümleri çerçevesinde, kişilerin özgürlüklerinden yoksun bırakıldıkları yerlere düzenli ziyaretlerde bulunmaktır. Kurum, bu ziyaretler sayesinde ulusal önleme mekanizması olma işlevini yerine getirecektir (6701 sy. Kanun, m. 2/1, k; m. 9/1, ı). Öte yandan bu tür ziyaretlerin "habersiz" de yapılabilecek olması, olası ihlallerin önlenebilmesi ve böylelikle işkence ve kötü muameleyle daha etkili bir şekilde mücadele edilebilmesi açısından önemlidir (6701 sy. Kanun, m. 9/1, j). Bizim de katıldığımız görüşe göre; insan hakları ihlallerinin engellenmesi için asıl olan, cezaevi ve karakol gibi kurumların ansızın ve habersiz ziyaret edilmeleridir (Oğuşgil, 2015: 188). İşkence ve kötü muameleyle mücadele amacıyla Kurum'a verilen bir diğer görev ise "özgürlüğünden mahrum bırakılan ya da koruma altına alınan kişilerin ulusal önleme mekanizması kapsamındaki başvurularını incelemek, araştırmak, karara bağlamak ve sonuçlarını takip etmek"tir (6701 sy. Kanun, m. 9/1, i). Anılan Kanun'un 19. maddesinin 2. fıkrası'na göre de Kurum personeli, "…özgürlüğünden mahrum bırakılan ya da koruma altına alınan kişilerin bulundukları yerleri ziyaret etmeye, buralarda inceleme yapmaya ve gerekli tutanakları düzenlemeye, kötü muameleye maruz kaldığı iddia edilen kişi ya da kişilerle görüşmeye yetkilidir. Kamu kurum ve kuruluşları ile diğer gerçek ve tüzel kişiler, Kurumun ziyaretlerini kolaylaştırmak ve taleplerini gecikmeksizin yerine getirmek zorundadırlar."

Özgürlüğünden mahrum bırakılan ya da koruma altına alınan kişilerin ulusal önleme mekanizması kapsamındaki başvuruları, Kurum'un karar organı olan Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurulu tarafından karara bağlanacaktır. Kurul, aynı zamanda bu kapsamda re'sen yürütülen incelemeleri karara bağlamakla da görevlidir (6701 sy. Kanun, m. 11/1, ç).

6701 sayılı Kanun'un 17. maddesinin 8. fıkrasında yapılan atıf gereğince, ulusal önleme mekanizması kapsamındaki başvurular ile ayrımcılık yasağı ihlali iddiasıyla yapılan başvurular, aynı hükümlere tabidir.

Kurum'un başkanı tarafından verilen bilgiye göre, 2018 yılının ilk altı ayında ulusal önleme mekanizması kapsamında 251 adet başvuru yapılmıştır[3]. Ancak bilinebildiği kadarıyla, bu başvurulardan hiçbiri henüz sonuçlandırılmamıştır.

3.3. Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun Ayrımcılık Yasağı İhlallerine İlişkin Başvuruları İnceleme Görev ve Yetkisi

Ulusal insan hakları kurumlarına tanınan yetkilerden biri de insan hakları ihlallerini inceleme yetkisidir. Paris Prensipleri'nin son bölümünde yer alan "Yarı Yargısal Yetkilerle Donatılmış Komisyonların Statüsüne İlişkin Ek İlkeler"e göre; ulusal kurum, bireysel durumlara ilişkin dilekçeleri ve şikâyetleri dinleme ve incelemekle yetkilendirilebilir. Buradaki "yetkilendirilebilir" ifadesi, söz konusu yetkinin seçimlik olduğuna işaret etmektedir (Eren, 2012: 399-400). Bu çerçevede, Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'na ayrımcılık yasağı ihlallerine ilişkin başvuruları inceleme görevi verilmiştir. Ayrıca Kurum, ayrımcılık yasağı ihlallerini re'sen de inceleyerek karara bağlayabilmektedir (6701 sy. Kanun, m. 9/1, g; m. 11/1, b). Ancak yukarıda da değinildiği gibi, ayrımcılık

3 http://www.hurriyet.com.tr/gundem/alti-ayda-613-ayrimcilik-basvurusu-40927642, (E.T.: 2.9.2018).

yasağı ve ulusal önleme mekanizması kapsamındaki başvurular dışında, insan hakları ihlallerine ilişkin olarak Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'na başvuru yapılamamaktadır. Kurum, insan hakları ihlallerini resen incelemek, araştırmak, karara bağlamak ve sonuçlarını takip etmek görev ve yetkisi ile donatılmıştır (6701 sy. Kanun, m. 9/1, f).

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Kanunu'nun "Amaç ve kapsam" kenar başlıklı 1. maddesi uyarınca, kişilerin eşit muamele görme hakkının güvence altına alınması ve hukuken tanınmış hak ve hürriyetlerden yararlanmada ayrımcılığın önlenmesi, Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun başlıca hedeflerindendir. Anılan Kanun'un 3. maddesinin 2. fıkrasında ayrımcılık nedenleri sayılmışsa da 1982 Anayasası'nın kanun önünde eşitliği düzenleyen 10. maddesi'nden farklı olarak, "ve benzeri sebeplerle" ifadesine ya da bu anlama gelen başka bir ifadeye yer verilmemiştir. Bu şekilde ayrımcılık nedenlerinin sınırlı bir biçimde sayılmış olması eleştirilmektedir. Bu kapsamda örneğin, "cinsel yönelim temeline dayalı ayrımcılık yasağı"ndan bahsedilmemiştir (Odyakmaz vd., 2016: 745).

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Kanunu'nun 17. maddesinin 1. fıkrası uyarınca, "Ayrımcılık yasağı ihlalinden zarar gördüğü iddiasında bulunan her gerçek ve tüzel kişi Kuruma başvurabilir. Kuruma başvuru, illerde valilikler, ilçelerde kaymakamlıklar aracılığıyla da yapılabilir. Başvuru hakkının etkin bir şekilde kullanılmasına hiçbir surette engel olunamaz. Başvurulardan herhangi bir ücret alınmaz.". Kanun'un 17 vd. maddelerinde, başvuruların tabi olduğu usul ve esaslar ile Kurum'un inceleme usulleri ayrıntılı biçimde düzenlenmiştir. Ayrımcılıkla mücadelenin etkililiği açısından, Kurum'un re'sen ya da başvuru üzerine yaptığı inceleme sonucunda idari yaptırıma hükmedebilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu yetki kapsamında asıl olarak idari para cezası verilebilmekte ise de bu ceza, bir defaya mahsus olmak üzere uyarı cezasına dönüştürülebilmektedir (6701 sy. Kanun, m. 25).

Kanun'un 25. maddesinin 1. fıkrasına göre; "Ayrımcılık yasağının ihlali hâlinde, bu ihlalin etki ve sonuçlarının ağırlığı, failin ekonomik durumu ve çoklu ayrımcılığın ağırlaştırıcı etkisi dikkate alınarak ihlalden sorumlu olan kamu kurum ve kuruluşları, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları, gerçek kişiler ve özel hukuk tüzel kişileri hakkında bin Türk lirasından on beş bin Türk lirasına kadar idari para cezası uygulanır." İlgili maddenin devamında ise kamu kurum ve kuruluşları ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları hakkında uygulanan ve bu kuruluşlar tarafından ödenen idari para cezalarının, cezaya esas ayrımcı uygulamaya kusuruyla sebebiyet veren kamu kurum ve kuruluşlarında görev yapan memurlar ve diğer kamu görevlileri ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarında görev yapanlara rücu edileceği düzenlenmiştir (6701 sy. Kanun, m. 25/2).

Görüldüğü gibi, Kurum, ayrımcılık yasağına ilişkin başvurularda kamu kurum ve kuruluşları ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının yanı sıra özel kişiler tarafından gerçekleştirildiği öne sürülen ihlal iddialarını da incelemekle görevli kılınmıştır. Ayrımcılık yasağının ihlali halinde, ihlalden sorumlu olan gerçek kişiler ve özel hukuk tüzel kişileri hakkında da idari yaptırım kararı vermek mümkündür (6701 sy. Kanun, m. 25/1). Kanun'un 3. maddesinin 4. fıkrası ve 5. maddesi incelendiğinde de gerçek kişiler ve özel hukuk tüzel kişilerinin, ayrımcılık yasağının muhataplarından olduğu anlaşılmaktadır.

Nitekim Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun resmî internet sayfasında yayımlanan ilk karar da özel kişiler tarafından ayrımcılık yasağının ihlal edilmesine ilişkin olarak verilmiştir. Söz konusu kararda Kurum, 6701 sayılı Kanun'un 3. maddesinin 2. fıkrasında ayrımcılık nedenleri arasında sayılan "medeni hâl" temeline dayalı ayrımcılık yapıldığına kanaat getirmiştir. Burada dikkati çeken bir husus da "bir kişinin kendi nam veya hesabına eylem ve işlemlerde bulunmaya yetkili kıldığı kişilere veya bir kamu görevlisinin diğer kişilere verdiği ayrımcılık yapılmasına yönelik talimatı" şeklinde tanımlanan "ayrımcılık talimatı"nın, yalnızca bu talimatı veren değil, talimatı uygulayan kişiler açısından da ayrımcılık yasağı kapsamına dâhil olmasıdır (6701 sy. Kanun, m. 2/1, (b); m. 4/1, (b)). Sonuç olarak, bu kararda ayrımcı talimatı veren kişiyle birlikte bu talimatı uygulayan kişi de ayrımcılık yasağını ihlal ettiği gerekçesiyle idari para cezasına çarptırılmıştır. 6701 sayılı Kanunda hüküm bulunmayan hâllerde idari yaptırımlara ilişkin olarak 30.3.2005 tarih ve 5326 sayılı Kabahatler Kanunu hükümleri uygulanacağından, kararda Kabahatler Kanunu'nun "iştirak" le ilgili hükümleri uygulanmıştır.4.

4 TİHEK Kurul Kararı, Başvuru No: 2017/2939, Karar No: 2018/69, http://www.tihek.gov.tr/wp-content/uploads/2018/08/2018-69.pdf, (E.T.: 2.9.2018). Tarihsel gelişim sürecinde, insan haklarına yönelik tehlikenin yalnızca devletten kaynaklanmadığı zamanla anlaşılmış ve devlet dışındaki hukuk öznelerinin de temel haklara aykırı hareket edebileceği ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla temel hakların bireyler arası ilişkileri düzenleyen özel hukuk alanında da korunması gerektiği sonucuna varılmıştır. Ancak her halde insan hakları ihlallerindeki asıl sorumluluğun devlette olduğu unutulmamalıdır (Yüzbaşıoğlu, 2000: 397).

Kanun'un "İstihdam ve serbest meslek" kenar başlıklı 6. maddesinde, ayrımcılık yasağının uygulanacağı başlıca alanlardan biri olarak, "çalışma" alanıyla ilgili ayrıntılı düzenlemeler yapılmıştır. Söz konusu maddede kamu sektörü-özel sektör şeklinde bir ayrıma gidilmemiştir. Bizim de katıldığımız görüşe göre; kamu-özel ayrımı yapılmaksızın tüm iş alanlarının Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun denetimi kapsamına dâhil edilmesi, oldukça önemli bir gelişmedir (Cin Karagöz, 2016: 32).

Yukarıda değinilen Kurum'un inceleme ve araştırma görevi çerçevesinde sahip olduğu bilirkişi görevlendirme ve tanık veya ilgili kişileri dinleme yetkileri sayesinde, etkili bir idari denetim gerçekleştirilerek ayrımcılık yasağı ihlallerinin ortaya konulmasında ispat kolaylığı sağlanmaktadır (Cin Karagöz, 2016: 30).

Öte yandan söz konusu Kanun'un 21. maddesinde, münhasıran ayrımcılık yasağı ihlali iddialarında başvuranlar lehine bir düzenleme getirilmiştir. Buna göre; başvuranın iddiasının gerçekliğine ilişkin kuvvetli emarelerin ve karine oluşturan olguların varlığını ortaya koyması hâlinde, ispat yükü tersine çevrilmektedir. Böyle bir durumda, karşı tarafın ayrımcılık yasağını ve eşit muamele ilkesini ihlal etmediğini ispat etmesi gerekmektedir.

Kurum'un bir diğer önemli yetkisi de uzlaştırma yetkisidir. Buna göre; Kurul tarafından insan hakları veya ayrımcılık yasağının ihlal edilip edilmediğine ilişkin karar verilmeden önce Başkan, re'sen ya da talep üzerine, tarafları uzlaşmaya davet edebilir. Uzlaşma, insan hakları veya ayrımcılık yasağı ihlali olduğu iddia olunan uygulamaya son verilmesi veya mağdur açısından bu sonucu sağlayacak çözümleri içerebileceği gibi mağdura belli bir tazminatın ödenmesi biçiminde de olabilir. Uzlaşma en geç bir ay içinde sonuçlandırılır. Uzlaşma müzekkereleri sırasında yapılan tespitler, alınan beyanlar veya açıklamalar, herhangi bir soruşturma ve kovuşturmada ya da davada delil olarak kullanılamaz (6701 sy. Kanun, m. 18/3; m. 18/4). Kurul, konusu suç teşkil eden insan hakları veya ayrımcılık yasağı ihlallerini tespit ettiği takdirde, bunlarla ilgili suç duyurusunda bulunur (6701 sy. Kanun, m. 18/5).

6701 sayılı Kanun kapsamında ayrımcılık iddiasının ileri sürülemeyeceği hâller ise Kanun'un 7. maddesinde düzenlenmiştir. Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Kanunu'nun diğer bazı hükümlerinin yanı sıra m. 7/1, (a) ve (b) bentlerinin anayasaya aykırılığı iddiasıyla Anayasa Mahkemesi'nce iptali talep edildiyse de Mahkeme, söz konusu davayı reddetmiştir. Bahse konu hükümlere göre; "istihdam ve serbest meslek alanlarında, zorunlu mesleki gerekliliklerin varlığı hâlinde amaca uygun ve orantılı olan farklı muamele (m. 7/1, (a)) ve "sadece belli bir cinsiyetin istihdamını zorunlu kılan durumlar" (m. 7/1, (b)), bu kanun kapsamında ayrımcılık iddiasının ileri sürülemeyeceği istisnai haller arasında sayılmıştır. Davacılar, bu düzenlemelerin hukuk devleti ilkesi, eşitlik ilkesi ve ayrımcılık yasağını ihlal ettiğini iddia ederek Anayasa'nın 2., 10. ve 90. maddelerine aykırılığı gerekçesiyle iptalini talep etmişlerdir. Anayasa Mahkemesi ise bu kuralların ilgili Avrupa Birliği müktesebatı ışığında hazırlandığını belirten madde gerekçesine de atıf yapmak suretiyle, oyçokluğuyla ret kararı vermiştir. Anayasa Mahkemesi, kararının gerekçesinde istisna kapsamındaki kişiler ile kapsam dışındakilerin ayrı hukuksal durumda bulunduklarına dikkat çekmiştir. Dolayısıyla ayrı hukuksal durumdaki kişilere farklı kuralların uygulanması, eşitlik ilkesini zedelemeyecektir. Öte yandan Mahkeme, kamu yararı amacını taşıyan farklı muamelelerin, Anayasa'nın 50. maddesi kapsamında "çalışma koşulları bakımından kişilerin yaşının, cinsiyetinin ve gücünün gözetilmesi ve küçükler, kadınlar ile bedenî ve ruhî yetersizliği olanların özel olarak korunması" konusunda devlete verilen yükümlülüğün de bir gereği olduğunu ifade etmiştir (Anayasa Mahkemesi, E. 2016/132, K. 2017/154, K.T. 15.11.2017, R.G. 26.12.2017/30282).

4. SONUÇ

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun görev ve yetkileri konusunda en önemli özelliği üç ana işleve sahip olmasıdır. Kurum hem bir ulusal insan hakları kurumu olarak insan haklarının korunması ve geliştirilmesi yönünde faaliyetlerde bulunmakta, hem eşitlik kurumu niteliğiyle kişilerin eşit muamele görme hakkının güvence altına alınmasını sağlamakta ve hukuken tanınmış hak ve hürriyetlerden yararlanmada ayrımcılığın önlenmesi amaçlarıyla faaliyet göstermekte hem de işkence ve kötü muameleyle etkin mücadele etme konusunda ulusal önleme mekanizması görevini yerine getirmektedir.

Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu'nun her üç işlevindeki görev ve yetkileri incelendiğinde genel anlamda Paris Prensipleriyle bağdaştığını görmekteyiz. Paris Prensiplerine uygun olarak Kurumun görev ve yetkileri insan hakları ve eşitlik alanlarında koruma ve geliştirmenin sağlanmasına yönelik olabildiğince geniş ve açık bir şekilde düzenlenmiştir. Bu kapsamda Kuruma pek çok yetki ve görev verilmiştir.

Ancak Avrupa Birliği 2018 İlerleme Raporu'nda da belirtildiği üzere Kurum üyeleri Mart 2017'de atanmış olmasına ve Kurumun yetki ve görevlerine ilişkin Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Kanunu'nun Uygulanmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik Kasım 2017'de kabul edilmiş olmasına rağmen, Kurum henüz tam anlamıyla faaliyete geçememiştir. Zira hâlihazırda Kurumca insan hakları ihlal iddialarına karşı re'sen başlatılmış bir inceleme bulunmamaktadır(Avrupa Komisyonu, 2018: 31). Kurum ayrımcılık yasağına ilişkin olarak ilk şikâyet başvurusunu da Haziran 2018'de tamamlayabilmiştir. Kurumun faaliyetlerine hız vermesi gerek insan hakları ve ayrımcılık yasağına ilişkin yaşanan ihlal ve ihmallerin önüne geçilebilmesi gerekse Kurumun tanınırlığının sağlanabilmesi için büyük önem taşımaktadır. Kurum faaliyetine tam olarak başlayamadığı için Kurumun görev ve yetkileri konusunda uygulamada ortaya çıkacak sıkıntı ve aksaklıkların da şu an için tespit edilebilmesi mümkün görünmemektedir.

KAYNAKÇA

Akad, M., Vural Dinçkol, B. ve Bulut, N. (2016). Genel Kamu Hukuku. 12. Basım, İstanbul:Der Yayınları.

Algan, B. (2007). Ekonomik Sosyal Kültürel Hakların Korunması. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Avrupa Komisyonu (2018). 2018 Türkiye Raporu, https://www.ab.gov.tr/siteimages/pub/komisyon_ulke_raporlari/2018_turkiye_raporu_tr.pdf, E.T.: 05.09.2018.

Cin Karagöz, E. (2016). Kadın-Erkek Eşitliği ve Ayrımcılık Yasağı Bağlamında Türkiye Eşitlik ve İnsan Hakları Kurumu'nun Yetkileri. Yasama Dergisi, Sayı:32, ss:21-40.

Commonwealth Secretariat (2001). National Human Rights Institutions Best Practice. https://www.nls.ac.in/ccl/justicetochildren/NHRI%20Best%20Practices.pdf, E.T.: 05.09.2018.

Çelikyay, H.S. (2010). Ulusal İnsan Hakları Kurumları ve Türkiye. içinde Disiplinlerarası Yaklaşımla İnsan Hakları (Ed. Selda Çağlar), İstanbul: Beta Yayınları, ss:447-508.

Erdoğan, M. (2011). İnsan Hakları Teorisi ve Hukuku. Genişletilmiş 2. Baskı, Ankara: Orion Kitabevi.

Eren, A. (2012). Ulusal İnsan Hakları Kurumları Uluslararası Standartlara Uygunluğun Yorum İlkeleri. İstanbul: On iki Levha Yayıncılık.

Kaboğlu, İ. Ö. (2002). Özgürlükler Hukuku. Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 6. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi.

Odyakmaz, Z. (2008). Eşitlik Kurumları ve Türkiye'de Durum. Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt:16, Sayı:1, ss:93-116.

Odyakmaz, Z., Keskin, B. ve Deniz, Y. (2016). 6701 Sayılı Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Kanunu Üzerine Bir Değerlendirme-I. Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi, Sayı:7, ss:721-761.

Oğuşgil, V.A. (2015). Avrupa Birliği Yolunda Türkiye İnsan Hakları Kurumu'nun Birleşmiş Milletler Paris Prensipleri Işığında Değerlendirilmesi. Bilig Dergisi, Sayı:74, ss:177-198.

Pohjolainen, A.E. (2006). The Evolution of National Human Rights Institutions - The Role of the United Nations. Denmark: The Danish Institute for Human Rights.

United Nations Centre For Human Rights (1995). National Human Rights Institutions, A Handbook on the Establishment and Strengthening of National Institutions for the Promotion and Protection of Human Rights. Geneva: United Nations Professional Training Series No. 4.

Yüzbaşıoğlu, N. (2000). İnsan Haklarının Ulusal Düzeyde Korunması. içinde İnsan Hakları (Ed. Korkut Tankuter), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, ss:397-406.

www.hurriyet.com.tr

www.resmigazete.gov.tr/

www.ombudsman.gov.tr

www.mevzuat.gov.tr

www.tihek.gov.tr

Çanakkale İlinde Tüketicilerin Gıda Güvenliği Konusunda Bilgi Durumları Ve Çeşitli Tercihleri Üzerine Bir Araştırma*

Mert BAYDAR[1] **Doç. Dr. Ahmet Ferhan SAVRAN[2]**

[1]Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, mertbaydar93@hotmail.com

[2]Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, fsavran@comu.edu.tr

Özet: Gıda güvenliği çağımızdaki en güncel ve önemli konulardan bir tanesidir. Bunun sebebi olarak dünyamızdaki hızlı nüfus artışı, eğitim yetersizliği, bilinçsizlik, doğaya ve insan sağlığına zararlı olarak yapılan uygulamalar, ekonomik yetersizlikler, gıda üreticilerinin hatalı davranış ve uygulamaları gibi birçok nedenin halk sağlığı üzerinde büyük sorunlar doğurması gösterilebilir. Bu araştırma Çanakkale ilinde tüketicilerin gıda güvenliği konusunda bilgi durumlarını belirlemek ve çeşitli kişisel tercihlerini tespit etmek amacıyla Çanakkale ili merkezinde 255 tüketiciyle yüz yüze anket uygulanarak yapılmıştır. Sonuçlar oransal dağılım ve frakans tabloları oluşturularak açıklanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre tüketicilerin gıda güvenliği konusunda bilgi kaynaklarının en fazla oranda internet ve sosyal medya siteleri olduğu, gıda alışverişlerinde en çok promosyonlu satışlardan etkilendikleri, gıda ürünlerinde en fazla cam ambalajın tercih edildiği, tüketicilerin yaklaşık %77' sinin tükettiği gıdaları geçmiş yıllara göre daha az güvenilir buldukları, tüketicilerin büyük çoğunluğunun (%85) tamamen güvenilir ve denetlenmiş olduğuna inandığı gıdalar için fazladan ödeme yapmaya razı olduğu ve fazladan ödeme yapmaya razı olan tüketiciler içersinden %30' unun %20 oranında daha fazla ödeme yapmaya razı olduğu araştırma bulguları arasındadır.

Anahtar Kelimeler: Gıda Güvenliği, Satın Alma, Tüketici Bilinci

A Research on the Information Situations and Various Preferences of Consumers on Food Security in Çanakkale Province

Abstract: Food safety is one of the most recent and important topics in our age. This can be attributed to the rapid population growth, inadequacy of education, unconsciousness, practices harmful to nature and human health, economic inadequacies, misbehavior of food producers and their applications. This research was conducted by using face-to-face surveys with 255 consumers in Çanakkale province center in order to determine consumers' information status about food safety and to determine various personal preferences in Çanakkale. The results are explained by forming proportional distribution and frequency tables. According to the results of the research, consumers have the most information sources about food safety, internet and social media sites are the most, food shopping is most affected by promotional sales, the most preferred glass packaging in food products, about 77% of consumers consume less energy than in previous years, that the vast majority of consumers (85%) are willing to pay extra for food they believe is completely reliable and supervised and 30% of consumers who are willing to pay extra are willing to pay 20% more.

Key Words: Food Security, purchasing, Consumer Consciousness

1. GİRİŞ

Gıda, canlıların hayatta kalmak için tüketmelerinin zorunlu olduğu maddelere verilen isimdir. Gıdaların canlılar tarafından tüketilmesine ise beslenme denilmektedir. Beslenme insanların zorunlu ihtiyaçlarının en başında gelmektedir (Onurlubaş, 2011).

Gıda insan yaşamı için son derece önemli olduğu kadar ekonomik anlamda da çok önemli bir yere sahiptir. Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre hanehalkı tüketim harcamasının türlerine göre dağılımı incelendiğinde gıda ve alkolsüz içeceklerin 2002-2017 yılları arasında, on iki farklı tüketim harcaması türü içinden, konut ve kira harcamalarının ardından ilk sırada olduğu görülmektedir. Nitekim 2015-2017 yılları arasında hanehalkı tüketim harcamasının türlere göre dağılımında gıda ve alkolsüz içeceklerin paylarının sırasıyla % 20,2, % 19,52, % 19,73 olduğu görülmektedir (TÜİK, 2017). Hem beslenmede hem de ekonomide bu denli büyük bir alana sahip olan gıdanın güvenli olması tüketicilerin en temel hakkıdır.

* Bu çalışma Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimince Desteklenmiştir. Proje Numarası: FYL-2018-2628

Güvenli gıda, tarladan sofraya kadar olan tüm aşamalarında gıda ürünlerinin fiziksel, kimyasal ve biyolojik olarak zarar görmeden, besin değerini kaybetmeden kalarak ve tüketimi sonucunda insan sağlığını bozmayan gıda yani sağlıklı gıda olarak tanımlanabilir (Kılıçalp, 2011).

Gıda güvenliği kavramı ise gıdaların üretiminden tüketimine kadar, çevreye ve insanların sağlığına zarar vermeden üretimi yapılan ve gıdaların üretimi yapılırken gerekli olan tüm aşamalarda kontrollerinin yapılmasını ifade eder (Bıyıklı, 2011). Bir başka ifadeyle gıda güvenliği Özsoy (1998)' e göre gıdanın üretimden tüketime kadar geçirdiği hammadde bulma, üretim, depolama, pazarlama ve tüketim aşamalarından oluşan gıda zincirinde tüketicilerin sağlığının korunması ve bunun için gereken tüm tedbirlerin alınması gıda güvenliğinin temelini oluşturmaktadır (Kılıç, 2008).

Gıda güvenliği konusunda farklı tanımlamalar yapılabilmektedir, örneğin Erkmen (2010) de gıda güvenliğini

"Sağlıklı ve güvenilir gıda üretiminin sağlanması amacı ile gıdaların üretimi, taşınma, depolanma, dağıtım ve tüketim aşamalarında gerekli kurallara uyulması ve önlemlerin alınması" şeklinde tanımlamıştır (s. 220).

Başka bir tanım olarak Koçak (2007)'a göre gıda güvenliği, besin maddelerinin tüm bozulma ve bulaşma etkenlerinden uzaklaştırılarak, insanların tüketimine uygun olarak sunulmasıdır. Gıdalarda meydana gelebilecek fiziksel, kimyasal ve biyolojik tüm zararların ortadan kalkması için uygulanan tedbirlerin tamamını ifade eder(Bayram, 2011:2).

Gıda güvenliği kavramını özellikle son yıllarda tüketiciler tarafından son derece önem arz eden bir oldu haline gelmiştir. Tüketicilerin gıda üretimi ve tüketimine duyarlılıklarının artması bunun sebebi olarak gösterilebilir. Bu nedenle gıda güvenliği kavramı gündemdeki yerini sürekli korumaktadır(Taşdan vd., 2014).

Bu ve bunun gibi sebepler gıda güvenliği konusunda birçok çalışma yapılmasını gerekli kılmıştır. Uygulamada ve literatürde de önemli bir yere sahip olan bu konuda Çanakkale ilinde yaşayan tüketicilerin, konuyla ilgili bilgi durumları, çeşitli tercihleri ve uygulamaları araştırılmıştır.

2.MATERYAL-YÖNTEM

2.1. Materyal

Araştırmanın materyalini Çanakkale ili merkezinde yaşayan tüketiciler ile yapılan anketlerde elde edilen veriler oluşturmuştur. Bununla birlikte çalışmada daha önceden yapılmış bilimsel çalışmalardan, çeşitli kurumların yayımladığı kaynaklardan, raporlardan, istatiksel verilerden yararlanılmıştır.

2.2. Yöntem

Oranları tahmin için örnek hacminin belirlenmesi amacıyla, N büyüklüğündeki sonlu bir anakitle için belirli bir özelliği taşıyanların bilinen veya tahmin edilen oranına göre(p) örnekleme yapılmak istendiğinden

$$n = \frac{N.p.q}{(N-1).D+p.q}$$ (Arıkan, 2007)'ye göre (Onurlubaş, 2011:28)

formülü kullanılmıştır. Öncelikle örnek hacminin belirlenmesi amacıyla kullanılan formüldeki p ve q değerlerinin tespit edilmesi amacıyla Çanakkale merkezde farklı yaş, cinsiyet, meslek gibi değişkenleri içeren Çanakkale kordon ve Çanakkale kapalı Pazar yerinde 100 kişiye "Gıda güvenliği hakkında bilginiz var mı?" sorusu sorularak evet ya da hayır cevaplarından birini vermeleri istenmiştir. Bunun sonucunda 100 kişi içerisinde 38 kişi evet, 62 kişi de hayır cevabını vermiştir.

$$n = \frac{N.p.q}{(N-1).D+p.q}$$ (Arıkan, 2007)'ye göre (Onurlubaş, 2011:28)

Formüle göre:
N= Ana Kitle (Çanakkale ili merkez nüfusu=126000)
n= Örnek sayısı (Anket yapılan tüketici sayısı=255)
p= (0,38) incelenen birimin ana kitle içinde gerçekleşme olasılığı
q= (0,62) incelenen birimin ana kitle içinde gerçekleşmeme olasılığı
D= Hata oranı (0.03039)

D=(E/z) 2
E= 0,05 (hata payı)
z= 1,645 (güven sınırı) %90 güven sınırı

Tüm verilerin formülde yerine koyulması sonucunda 255 kişiyle yüz yüze görüşülerek anket uygulanmıştır. Verilerin bilgisayar ortamına aktarılmasından sonra analiz sonuçları oransal dağılım ve frakans tablolarıyla açıklanmıştır.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

3.1 Tüketicilerin Sosyo-Ekonomik Özellikleri ve Gıda Güvenliğine İlişkin Bazı Tercihleri

Gıda güvenliğine yönelik çalışmalarda genellikle sıklıkla kullanılan göstergelerin, bu çalışmadaki dağılımları verilmiştir. Buna göre araştırma kapsamındaki tüketicilerin cinsiyet durumu yaklaşık olarak birbirine yakın dağılım gösteren gruplardan oluşmuştur. Yaşa göre dağılıma bakıldığında ise tüketicilerin %47 sinin 45 yaşının altında olduğu %53 ünün de 45 yaşının üstünde olduğu görülmektedir. Ankete katılan tüketicilerin %61' i evlidir. Hanehalkı sayısı incelendiğinde ise genellikle 2 ve 3 kişilik hanelerin yoğunlukta olduğu görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1: Tüketicilerin Tanımlayıcı Göstergeleri 1

Göstergeler	Frekans	%	Göstergeler	Frekans	%
Cinsiyet			Hanede Yaşayan Kişi		
Kadın	135	52,94	1	24	9,41
Erkek	120	47,06	2	83	32,55
Yaş			3	72	28,24
18-25	60	23,55	4	60	23,53
26-35	32	12,55	5	12	4,71
36-45	27	10,59	6 ve üstü	4	1,57
46-55	59	23,14	Eğitim Düzeyi		
56-65	38	14,90	Okur/yazar değil	2	0,78
66 ve üstü	39	15,29	İlkokul/ortaokul	45	17,65
Medeni Hal			Lise	61	23,92
Evli	154	60,39	Üniversite	125	49,02
Bekar	101	39,61	Lisansüstü	22	8,63

Eğitim düzeyine göre tüketicilerin %58' si Üniversite ve Lisansüstü mezunlarından oluşmaktadır. (Tablo 1) Bu çalışmada da tüketicilerin gıda güvenliği konusundaki bilgi durumları ve çeşitli tercihleri araştırıldığı için eğitim seviyesinin yüksek olması önemli bir etkiye sahiptir. (Taşdan v.d.) tarafından yapılan benzer bir çalışmada da bu oran %60 civarındadır.

Tüketicilerin meslek dağılımı incelendiğinde, emekli ve öğrenci gruplarının toplamının yaklaşık %46' lık bir oranla en fazla olduğu göze çarpmaktadır. Çanakkale ilindeki öğrenci ve emekli nüfusun fazla olması sebebiyle bu oran normal karşılanmıştır. Gıda güvenliği çalışmalarında önemli olan bir diğer etken hanenin aylık geliridir. Hane geliri arttıkça güvenli gıdalara erişim imkanlarının da artması beklenmektedir (Tablo 2).

Tablo 2: Tüketicilerin Tanımlayıcı Göstergeleri 2

Göstergeler	Frekans	%	Göstergeler	Frekans	%	Göstergeler	Frekans	%
Kişilerin Mesleği			Hane Aylık Gelir(TL)			Kişilerin Aylık Gıda Harcaması(TL)		
Memur	10	3,92	1000-2000	29	11,37	300 ve altı	12	4,71
İşçi	21	8,24	2001-3000	74	29,02	301-400	31	12,16
Serbest Meslek	19	7,45	3001-4000	57	22,35	401-500	39	15,29

Öğrenci	47	18,43	4001-5000	50	19,61	501-600	31	12,16
Emekli	69	27,06	5001-6000	14	5,49	601-700	20	7,84
Mühendis	12	4,71	6000 ve üzeri	31	12,16	701-800	10	3,92
Öğretmen	15	5,88				801-900	16	6,27
Sağlık Personeli	3	1,18				901-1000	37	14,51
Ev Hanımı	32	12,55				1000 ve üzeri	59	23,14
Çiftçi	6	2,35						
Diğer	21	8,24						

Hanenin gelirinin artması paralelinde kişilerin aylık gelirinden gıdalara ayrılan payı da arttırması beklenmektedir. Araştırmanın tüketicilerinin aylık gelirleri incelendiğinde en fazla payla 2001-3000 TL geliri olan haneler ilk sıra olduğu görülmektedir. Aylık gıda harcaması dağılımında ise en fazla oranla (%23) 1000 TL ve üzeri harcama yapan haneler ilk sıradadır (Tablo 2).

Tablo 3: Gıda Güvenliği Konusunda Genellikle Bilgi Edindikleri Kaynaklar

Kişilerin Bilgi Edindikleri Kaynaklar	Sayı	%
Televizyon ve radyo yayınları	70	27,45
Gazete, dergi, broşür vs.	33	12,44
Bilimsel yazılar, kitaplar	44	17,25
İnternet,sosyal medya siteleri	88	34,51
Ahbap,eş,dost,komşu vs.	20	7,84
Toplam	255	100

Tüketicilerin gıda güvenliği konusundaki bilgileri genellikle hangi kaynaklardan elde ettikleri incelenmiştir. Buna göre bilgi kaynaklarının dağılıma bakıldığında en yüksek oranla tüketicilerin %35 inin bilgi kaynağının internet ve sosyal medya siteleri olduğu tespit edilmiştir (Tablo 3). Bunun en önemli sebebi son yıllarda internete erişim imkanlarının artması ve sosyal medya platformlarının kullanımlarının artmasının olduğu düşünülmektedir. TÜİK 2017 Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması da bu bilgiyi doğrular niteliktedir.

Tüketicilerin gıda alışverişlerinde etkilendikleri etmenler incelendiğinde, %30 luk bir oranla tüketicileri en çok etkileyen etmenin promosyonlu satışlar olduğu saptanmıştır (Tablo 4). Bahşi ve Boston Budak tarafından 2014 yılında yapılan bir çalışmada da, tüketicilere gıda ürünlerini ilk kez satın alma kararı vermede etkili olan nedenler araştırıldığında promosyonların üçüncü sırada olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4: Tüketicilerin Gıda Alışverişlerinde Etkilendikleri Etmenler

Kişilerin Alışverişte Etkilendikleri Etmenler	Sayı	%
Promosyonlu (hediyeli) satışlar	76	29,80
Televizyon ve radyo programları	47	18,43
Gazete, dergi, broşür, afiş, el ilanları	38	14,90
Diğer (internet vs.)	41	16,08
Arkadaş, komşu, akrabalar vb.	53	20,78
Toplam	255	100

Tablo 5: Tüketicilerin Hanesinde Gıda Alışverişlerini Yapan Kişiler

Gıda Alışverişini Yapan Kişi	Sayı	%
Kadın(Anne)	70	27,45
Erkek(Baba)	68	26,67
Kadın-Erkek birlikte	113	44,31
Yetişkin çocuklar	1	0,39
Diğer	3	1,18
Toplam	255	100

Tüketicilerin gıda alışverişlerini en yüksek oranla hanedeki anne babanın birlikte yaptıkları (%44,31), bunu sırasıyla annenin tek başına (%27,45) ve babanın tek başına (26,67) izlemektedir (Tablo 5).Yetişkin çocukların ise dikkate alınmayacak kadar az alışveriş yaptığı görülmektedir.

Tablo 6: Tüketicilerin ALO 174 Gıda Hattından Haberdar Olma Durumları

ALO 174 Gıda Hattından Haberdar Olma Durumları	Sayı	%
Evet	124	48,63
Hayır	131	51,37
Toplam	255	100

Tüketicilerin gıda hattından (ALO 174) haberdar olma durumları incelendiğinde 124 kişinin (%48,63) Gıda Hattından haberdar oldukları, 131 kişinin (%51,37) ise gıda hattından haberdar olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır(Tablo 6). Daha önceki sorularda tüketicilerin gıda güvenliğiyle ilgili bilgi kaynakları incelendiğinde ilk sırada internet, sosyal medya siteleri ardından da televizyon ve radyo yayınlarının olduğu belirlenmişti. Bundan dolayı ALO 174 gıda hattını bu konudan haberdar olmayan %52 lik bir kesime duyurmak istiyorsak en yaygın kullanılan bilgi kaynaklarından tanıtım çalışmaları ve bilgilendirmelerin yapılması gerektiği düşünülmektedir.

Tablo 7: Tüketicilerin Gıda Ürünleri Satın Alırken Tercih Ettiği Ambalaj Çeşidi

Ambalaj Çeşidi	Sayı	%
Cam	170	66,67
Plastik	6	2,35
Açıkta	1	0,39
Farketmez	70	27,45
Diğer(Çuval,teneke vs.)	8	3,14
Toplam	255	100

Tüketicilerin gıdaları satın alırken tercih ettiği ambalaj çeşitleri incelendiğinde cam ambalajın ilk sırada olduğu görülmektedir. Bunun ardından ikinci sırada tüketicilerin %28' i gıda ürünü satın alırken ambalaj çeşidini önemsemediklerini söylemişlerdir (Tablo 7).

Tablo 8: Tüketicilerin Gıdaları Geçmiş Yıllara Göre Güvenilir Bulma Derecesi

Güvenilir Bulma Derecesi	Sayı	%
Daha Az Güvenilir	195	76,47
Aynı Düzeyde Güvenilir	26	10,20
Daha Fazla Güvenilir	34	13,33
Toplam	255	100

Tüketicilerin gıdaları geçmiş yıllara göre ne kadar güvenilir buldukları incelendiğinde; 195 kişinin (%76,47) gıdaları geçmiş yıllara göre daha az güvenilir bulduğu, 26 kişinin (%10,20) gıdaları geçmiş yıllara göre aynı düzeyde güvenilir buldukları, 34 kişinin (%13,33) de gıdaları geçmiş yıllara göre daha fazla güvenilir bulduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 8).

Tüketicilerin büyük çoğunluğunun gıdaları geçmiş yıllara göre güvenilir bulmamasının sebebi olarak özellikle son yıllarda tüketicilerin bilinçlenmesiyle birlikte gıda güvenliği kavramının önem kazanması; ve bunun paralelinde gıda ürünlerinde, bazıları medyaya yansıyan yanlış ve kötü uygulamaların halka yansıması ve tüketicilerin sağlıkları konusunda endişe etmeleri olduğu düşünülmektedir.

Tüketicilerin %77' sinin gıdaları geçmiş yıllara göre güvenilir bulmamasının ardından tüketicilere "Tüketmiş olduğunuz gıdalar üretimden tüketime kadar olan tüm aşamalarda denetlenip, sağlık açısından tüm riskler minimuma indirilip, kesinlikle güvenilir bir kurum tarafından onaylanırsa böyle bir ürün için daha fazla ödeme yapacak olan tüketicilerin oranı ise %85 gibi büyük bir bölümünü oluşturmaktadır (Tablo 9).

Tablo 9: Tüketicilerin Güvenilir Buldukları Gıdaya Fazladan Ödeme Yapma Durumu

Soruya Verilen Cevap	Sayı	%
Evet	217	85,10
Hayır	38	14,90
Toplam	255	100

Güvenilir buldukları ürüne daha fazla hangi oranda ödemeye razı olanların oranları Tablo 10'da verilmiştir. Tablo 10' da da görüldüğü gibi % 20 daha fazla ödemeye razı olanların oranı en yüksektir (%29,95). Bunu % 30 ve %10 daha fazla ödemeye razı olanlar izlemektedir.

Tablo 10: Tüketicilerin Fazladan Ödeme Yapmaya Razı Oldukları Oranların Dağılımı

Oranlar	Sayı	%
10% Daha Fazla	36	16,59
20%Daha Fazla	65	29,95
30%Daha Fazla	37	17,05
40%Daha Fazla	18	8,29
50%Daha Fazla	30	13,82
60%Daha Fazla	6	2,76
70%Daha Fazla	6	2,76
80%Daha Fazla	7	3,23
90%Daha Fazla	2	0,92
100%Daha Fazla	10	4,61
Toplam	217	100,00

3.2.Tüketicilerin Gıda Güvenliği Konusundaki Bilgi Durumları

Ankete katılan tüketicilere gıda güvenliği konusunda bilgi durumlarıyla Beşli Likert Ölçeği ile belirlenmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçların ölçek ortalamaları, standart sapmaları, frekans ve yüzde dağılımlarıyla birlikte Tablo 11' de verilmiştir.

Tablo 11:Tüketicilerin Gıda Güvenliğine Yönelik İfadelere Ait Bilgi Durumları

İFADELER	**KESİNLİKLE BİLGİ SAHİBİ DEĞİLİM(1)**		**BİLGİ SAHİBİ DEĞİLİM(2)**		**KARARSIZIM (3)**		**BİLGİ SAHİBİYİM(4)**		**KESİNLİKLE BİLGİ SAHİBİYİM(5)**		**Ölçek Ortalaması**	**Std. Sapma**
	n	**%**	**n**	**%**	**n**	**%**	**n**	**%**	**n**	**%**		
Gıda Güvenliği konusunda bilgi sahibiyim. (N=255)	27	10,6	35	13,7	48	18,8	113	44,3	32	12,5	3,35	1,18
ISO (Uluslararası Standartlar Örgütü) standartları hakkında bilgi sahibiyim. (N=255)	43	16,9	22	8,6	51	20,0	82	32,2	57	22,4	3,35	1,26
HACCP hakkında bilgi sahibiyim. (N=255)	89	34,9	99	38,8	26	10,2	30	11,8	11	4,3	2,12	1,14

TSE (Türk Standartları Enstitüsü) hakkında bilgi sahibiyim. (N=255)	26	10,2	54	21,2	30	11,8	104	40,8	41	16,1	3,31	1,26
ISO 22000 (Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi) hakkında bilgi sahibiyim. (N=255)	62	24,3	78	30,6	37	14,5	56	22,0	22	8,6	2,60	1,3
Organik veya ekolojik ürün sertifikası hakkında bilgi sahibiyim. (N=255)	48	18,8	76	29,8	30	11,8	69	27,1	32	12,5	2,85	1,34

Tüketicilerin %11' i gıda güvenliği konusunda kesinlikle bilgi sahibi olmadığını, %14' bilgi sahibi olmadığını, %19' u karasız olduğunu, %44' ü bilgi sahibi olduğunu, %12' si kesinlikle bilgi sahibi olduğunu söylemişlerdir. ISO (Uluslararası Standartlar Örgütü) standartların konusunda tüketicilerin %17' si kesinlikle bilgi sahibi olmadığını, %9' u bilgi sahibi olmadığını, %20'si kararsız olduğunu, %32' si bilgi sahibi olduğunu, %22' si kesinlikle bilgi sahibi olduğunu söylemişlerdir. HACCP hakkında tüketicilerin %35' i kesinlikle bilgi sahibi olmadığını, %39' u bilgi sahibi olmadığını, %10' u kararsız olduğunu, %12' si bilgi sahibi olduğunu, %4'ü kesinlikle bilgi sahibi olduğunu söylemiştir. TSE (Türk Standartları Enstitüsü) hakkında tüketicilerin %10' u kesinlikle bilgi sahibi olmadığını, %21'si bilgi sahibi olmadığını,%12' si kararsız olduğunu, %41' i bilgi sahibi olduğunu, %16'sı kesinlikle bilgi sahibi olduğunu söylemişlerdir. ISO 22000 (Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi) hakkında tüketicilerin %24'ü kesinlikle bilgi sahibi olmadıklarını, %30'u bilgi sahibi olmadığını, %14'ü kararsız olduğunu, %22'si bilgi sahibi olduğunu, %9'u kesinlikle bilgi sahibi olduğunu söylemiştir. Organik veya ekolojik ürün sertifikası hakkında tüketicilerin %19'u kesinlikle bilgi sahibi olmadığını, %30'u bilgi sahibi olmadığını %12'si kararsız olduğunu, %27'si bilgi sahibi olduğunu, %12'si kesinlikle bilgi sahibi olduğunu söylemiştir.

4. SONUÇ

Elde edilen sonuçlara göre tüketiciler gıda güvenliği konusundaki bilgilerini en fazla oranla (34,51) internet ve sosyal medya sitelerinden elde etmektedir. İnternet ve sosyal medya sitelerinde aslı olmayan haberlerin ve yanlış bilgilerin de dolaşması, tüketicilerin gıda güvenliği ile ilgili bazı konularda yanlış bilgiler edinmesine sebep olabileceği düşünülmektedir. Çalışma içerisindeki önemli bulgulardan bir diğeri de tüketicilerin yaklaşık %77' lik bir oranının tükettikleri gıdaları geçmiş yıllara güvenilir bulmaması ve tüketicilerin %85' inin gerçekten güvenilir olduğuna inandıkları gıdalar için fazladan ödeme yapmaya razı olmalarıdır. Fazladan ödeme yapmaya razı olan tüketiciler içerinden yaklaşık %86' lık bir kısım %10 ile %50 arasında değişen oranlarda ödeme yapmaya razı olduklarını söylemişlerdir. Bu sonuçlara bakıldığında tüketicilerin gıdaların güvenliği konusunda son derece endişeli olduğu anlaşılmaktadır. Likert ölçekli ifadeler içerisinden gıda güvenliği konusunda kesinlikle bilgi sahibi olmayan, bilgi sahibi olmayan ve kararsız tüketicilerin toplamı %43 oranındadır. Bu konu hakkında tüketicilerin en yüksek oranlı haber kaynağı olan internet ve sosyal medya siteleri ile televizyon-radyo yayınları vasıtalarıyla, çeşitli kamu spotlarıyla tüketicilerin bilinçlenmesi sağlanabilir. Buna ek olarak Dünyada yaşanan teknolojik gelişmeler, yaşam standartlarının yükselmesi, tüketicilerin bilinçlenmesi ve bununla birlikte sağlıklı beslenme

arzuları gıda güvenliğine verilen önemi arttırmıştır. Bu durumun bilincinde olan ve pazar payını korumak isteyen işletmeler de tüketicilerin güvenli gıda yönündeki taleplerine cevap vermelidirler. Tüketicilerin de güvenli gıdaya olan talepleri doğrultusunda, piyasada bulunan güvenli ürünleri tercih etmeleri gerekmektedir. Politika yapıcıların da halkın sağlığını korumak, gelecek nesillere sağlıklı bir toplum ve yaşanabilir bir dünya bırakmak amacıyla hareket ederek gıda güvenliğine yönelik etkin politikalar yürütmeleri ve toplumda tüketici bilincini arttırmayı amaçlayan çalışmalar yürütmeleri gerektiği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Erkmen O., 2010. Gıda Kaynaklı Tehlikeler Ve Güvenli Gıda Üretimi. Çocuk Sağlığı Ve Hastalıkları Dergisi, 53: 220-235.

Bahşi, N. ve Budak, D.B. (2014). Tüketicilerin Gıda Ürünlerini Satın Alma Davranışı Üzerine Pazarlama İletişimi Araçlarının Etkisi. Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi, Sayı 1, 1349-1356.

Bayram F., 2011. Otel Mutfaklarında Çalışan Mutfak Personelinin Gıda Güvenliği Konusundaki Bilgi Tutum Ve Davranışları. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Ankara.

Bıyıklı A.E., 2011. Hastane Mutfaklarında Çalışan Aşçıların Gıda Güvenliği Bilgi ve Uygulamalarının Belirlenmesi: Konya İl Merkezi Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi, Konya.

Kılıç D., 2008. Tüketicilerin Gıda Güvenliği İle İlgili Bilgi-Tutum ve Davranışları. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Ankara.

Kılıçalp M., 2011. Türkiye'yi Ziyaret Eden Turistlerin Gıda Güvenliği Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.

Onurlubaş E., 2011. Tüketicilerin Gıda Güvenliği Konusunda Bilinç Düzeylerinin Ölçülmesi: Tokat İli Örneği. Doktora Tezi. Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat.

Taşdan, K., Özer, O.O., Albayrak, Gürer, B., M., Albayrak, K., Güldal, H.T. (2014c). Geleneksel Gıdalarda Tüketicilerin Gıda Güvenliği Algısı: Ankara İli Örneği, Iı. Uluslararası Davraz Sempozyumu, Süleyman Demirel Üniversitesi, 29-31 Mayıs 2014, Isparta.

TÜİK-2017 Hanehalkı tüketim harcamasının dağılımı, Türkiye, 2002-2017 Erişim tarihi: 09.09.2018 22.51

TÜİK-2017 Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, Türkiye, 2017 Erişim Tarihi 09.09.2018 23.00

Türkiye'nin 2000'li Yıllarda Körfez İşbirliği Konseyi Ülkeleri ile İlişkileri

Merve Kaya[1] **Arş. Gör. Emirhan KAYA[2]**

[1]Trakya Üniversitesi İİBF Uluslararası İlişkiler Bölümü, kaya.merve999@gmail.com

[2]Trakya Üniversitesi İİBF Uluslararası İlişkiler Bölümü, emirhankaya@trakya.edu.tr

Özet: 1990'lı yıllarda geleneksel olarak sürdürdüğü Ortadoğu olaylarına karışmama politikasını terk etmeye başlayan Türkiye, bu dönemde Suriye ve Irak gibi ülkelerden kaynaklanan güvenlik endişesi nedeniyle İsrail ile stratejik ortaklığa gitmiştir. Bu nedenle ancak 1990'lı yılların sonunda daha dengeli bir Ortadoğu politikası izleyebilen Türkiye, bölgede hareket alanını sınırlayan sorunların çoğunun ortadan kalkması ve AKP iktidarlarının Ortadoğu ile yakınlaşma çabaları neticesinde 2000'li yıllarda bölge ülkeleriyle daha iyi ilişkiler kurma imkanına sahip olmuştur. Bu bağlamda, Körfez İşbirliği Konseyi (KİK) üyesi ülkeler, sahip oldukları nüfus ve askeri kapasiteleri bakımından dikkat çekmeseler de ekonomik potansiyelleriyle Ortadoğu'da önemli bir konumda bulunmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin 1981 yılında kurulan KİK ve üyeleriyle ilişkilerini siyasal, askeri ve ekonomik açıdan analiz etmektir. Türkiye'nin KİK ile doğrudan kurumsal ilişkilerinin dikkate değer bir düzeye ulaşmamış olması dolayısıyla daha çok üye ülkelerle ikili ilişkilerine odaklanılacaktır. Özellikle Türkiye'nin 2000'li yıllarda değişen Ortadoğu politikası göz önüne alındığında bu durumun KİK ülkeleriyle ilişkilere nasıl yansıdığı tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Türk dış politikası, Körfez İşbirliği Konseyi, Ortadoğu

1. GİRİŞ

1990'lı yıllarda geleneksel olarak sürdürdüğü Ortadoğu olaylarına karışmama politikasını terk etmeye başlayan Türkiye, bu dönemde Suriye ve Irak gibi ülkelerden kaynaklanan güvenlik endişesi nedeniyle İsrail ile stratejik ortaklığa gitmiştir. Bu nedenle ancak 1990'lı yılların sonunda daha dengeli bir Ortadoğu politikası izleyebilen Türkiye, bölgede hareket alanını sınırlayan sorunların çoğunun ortadan kalkması ve AKP iktidarlarının Ortadoğu ile yakınlaşma çabaları neticesinde 2000'li yıllarda bölge ülkeleriyle daha iyi ilişkiler kurma imkânına sahip olmuştur. Bu bağlamda, sahip oldukları nüfus ve askeri kapasiteleri bakımından dikkat çekmeseler de ekonomik potansiyelleriyle Ortadoğu'da önemli bir konumda bulunan Körfez İşbirliği Konseyi (KİK) üyesi ülkeler ile ilişkiler de ciddi bir biçimde gelişme göstermiştir. Türkiye'nin 2008 yılında KİK'in stratejik diyalog ortağı olmasının yanı sıra karşılıklı üst düzey ziyaretlerde ve taraflar arasındaki ticaret hacminde görülen artış bu gelişmeyi gözler önüne sermektedir.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin 1981 yılında kurulan KİK ve üyeleriyle ilişkilerini siyasal, askeri ve ekonomik açıdan analiz etmektir. Türkiye'nin KİK ile doğrudan kurumsal ilişkilerinin dikkate değer bir düzeye ulaşmamış olması dolayısıyla daha çok üye ülkelerle ikili ilişkilerine odaklanılacaktır. Özellikle Türkiye'nin 2000'li yıllarda değişen Ortadoğu politikası göz önüne alındığında bu durumun KİK ülkeleriyle ilişkilere nasıl yansıdığı tartışılacaktır. Bu bağlamda; Türkiye'nin Suudi Arabistan, Katar, Birleşik Arap Emirlikleri (BAE) ve Kuveyt ile ilişkilerinin ön plana çıkması dolayısıyla ikili ilişkilerle ilgili bölümde bu ülkeler üzerinde durulacaktır. Türkiye'nin KİK ülkeleriyle ticari ve ekonomik ilişkilerini ele alan bölümde ise dış ticaret, doğrudan yabancı yatırımlar ve turizm konularında yaşanan gelişmeler irdelenecektir.

2. KÖRFEZ İŞBİRLİĞİ KONSEYİ VE TÜRKİYE

KİK, 25 Mayıs 1981 tarihinde Suudi Arabistan, Bahreyn, Katar, BAE, Kuveyt ve Umman tarafından Abu Dabi'de kurulmuştur. 1979 yılında gerçekleşen İran İslam Devrimi ve Sovyetler Birliği'nin Afganistan'ı işgalinin yanı sıra 1980'de başlayan İran-Irak Savaşı, Körfez ülkelerinde yarattıkları güvenlik tehdidi dolayısıyla söz konusu örgütün kurulmasında etkili olmuştur. Özellikle İslam devrimi sonrasında Şii yayılmacılığını ciddi bir tehlike olarak algılayan Körfez ülkeleri İran'a karşı birleşmiştir (Akkaya, 2013: 8-9). Suudi Arabistan ve İran arasında 2001 yılında imzalanan Güvenlik Anlaşması İran-KİK ilişkilerinde önemli bir dönüm noktası olarak kabul edilse de karşılıklı güvenlik endişeleri halen devam etmektedir. Ayrıca, KİK tarafından Aralık 1986'da kurulan Yarımada Kolluk Kuvvetleri'nin (*The Peninsula Shield Forces*) etkisizliğinin anlaşılmasının ardından yeni bir ortak savunma mekanizmasının oluşturulmasına yönelik girişimler başarılı olamamıştır.

KİK, bölgesel güvenlik tehditlerine karşı savunma amaçlı olarak kurulmasına rağmen ekonomik işbirliği alanında daha başarılı bir görüntü sergilemektedir (Akkaya, 2013: 11-14). Kasım 1981'de imzalanan Ekonomik Anlaşma'nın ardından KİK Serbest Ticaret Alanının kurulması ve 31 Aralık 2001'de Umman'ın başkenti Muskat'ta imzalanan Yeni Ekonomik Anlaşma'nın ardından da 1 Ocak 2008 tarihinde ortak pazar uygulamasının başlatılması bu başarıyı gözler önüne sermektedir (Körfez Arap Ülkeleri İşbirliği Konseyi). Diğer taraftan; Katar

ile Bahreyn arasında Havar adasının egemenliği konusunda yaşanan anlaşmazlığın Uluslararası Adalet Divanı'nın 2001 yılında Bahreyn lehine karar almasıyla çözüme kavuşturulması (Diriöz, 2009: 78), BAE ile Umman'ın 2003 yılında Musandam yarımadası ve Madha bölgesini kapsayan sınırlara ilişkin bir anlaşma imzalaması (Country Profile: United Arab Emirates (UAE), 2007: 3-4) ve Kuveyt ile Suudi Arabistan arasında 21 Mart 2000 tarihinde Doha'da bir sınır anlaşması imzalanması (Cordesman, 2003: 75) siyasi ilişkilerde kat edilen mesafeyi ortaya koymaktadır.

Türkiye'nin KİK ülkeleriyle ilk resmi temasları, 1981 yılında Kuveyt Emiri Şeyh Cebir el-Ahmet el-Sabah'ın Türkiye ziyareti ve ardından Cumhurbaşkanı Kenan Evren'in 1982'de Kuveyt ziyaretiyle gerçekleşmiştir. KİK ile kurulan kurumsal ilişkilerin başlangıcını ise 30 Mayıs 2005 tarihinde Bahreyn'in başkenti Manama'da imzalanan "Ekonomik İşbirliğine İlişkin Çerçeve Anlaşma" oluşturmaktadır. 2 Eylül 2008'de ise Türkiye'yi KİK'in "Stratejik Diyalog Ortağı" haline getiren Mutabakat Muhtırası imzalanmıştır. Böylece, KİK ilk kez bir ülkeyle stratejik diyalog mekanizması kurmuştur. Ayrıca, söz konusu Mutabakat Muhtırası'na dayanarak 2008-2016 yılları arasında beş kez "Yüksek Düzeyli Stratejik Diyalog Toplantısı" düzenlenmiştir (Körfez Arap Ülkeleri İşbirliği Konseyi). Buna rağmen, KİK'in kurumsallaşmasını henüz tamamlayamamış olması dolayısıyla Türkiye'nin üye ülkelerle ilişkilerini çoğunlukla ikili düzeyde sürdürdüğü ifade edilmektedir (Akkaya, 2013: 20).

3. KİK ÜLKELERİ İLE İKİLİ İLİŞKİLER

Türkiye'nin KİK ülkeleri ile ilişkileri Osmanlı bakiyesinden kaynaklanan karşılıklı yerleşik algılar ve Türkiye'nin Ortadoğu meselelerine mesafeli yaklaşması gibi nedenlerle 2000'li yıllara kadar düşük seviyede sürdürülmüştür. Bunun yanı sıra, Türkiye'nin özellikle 1990'lı yıllarda İsrail ile yakın ilişkiler kurması KİK ülkeleriyle mesafeli olmasına neden olan bir diğer etken olarak göze çarpmaktadır. 2000'li yıllarda ise ABD'nin Irak işgaliyle bölgesel dengelerin değişmesi ve Türkiye'de AK Parti'nin iktidara gelmesi Türkiye ile KİK ülkelerinin yakınlaşmasına zemin hazırlamıştır (Erboğa, 2017). Türkiye'nin KİK üyeleri ile ilişkileri ikili düzeyde ele alındığında, özellikle Suudi Arabistan, Katar, BAE ve Kuveyt'in ön plana çıktığı görülmektedir.

İlk olarak, örgütün merkezini sınırları içerisinde barındıran Suudi Arabistan'ın özel bir öneme sahip olduğu vurgulanmalıdır. Bu bağlamda, 1984 yılında Cumhurbaşkanı Kenan Evren'in ve 1985'te Başbakan Turgut Özal'ın ziyaretleri Türk devlet adamlarının Suudi Arabistan'a gerçekleştirdiği ilk resmi ziyaretler olarak dikkat çekmektedir. Nitekim 1980'li yıllarda yapılan bu ziyaretlerle birlikte Türkiye'nin Suudi Arabistan'a ihracatının arttığı ve Türk müteahhitlik firmalarının bu ülkede hizmet vermeye başladığı ifade edilmektedir. Ayrıca, Suudi Arabistan'ın Birinci Körfez Savaşı sonrasında Türkiye'nin zararlarını telafi etmek için 1,2 milyar dolar ve Türk Savunma Fonu'na da 1 milyar dolar tutarında petrol hibe etmesi iki ülke ilişkilerinde önemli bir kırılmaya işaret etmektedir (Ataman 2009: 75).

Yukarıda ifade edilen gelişmeler dışında Türkiye ile Suudi Arabistan arasındaki ilişkilerde 1980'lere kadar önemli bir gelişme gözlenmezken, AKP'nin 2002 yılında iktidara gelmesiyle birlikte Türkiye'nin Ortadoğu ülkeleri ile yoğunlaşan ilişkilerine paralel olarak Suudi Arabistan ile ilişkilerinde de yeniden yapılanma süreci başlamıştır. Bu bağlamda, Suudi Kral Abdullah'ın 8 Ağustos 2006 tarihinde beraberindeki 400 kişilik heyetle Ankara'ya gerçekleştirdiği ziyaret, Kral Faysal'ın 1966 yılında İstanbul'da düzenlenen bir uluslararası toplantıya katılması hariç tutulduğunda, Krallık tarihinde Türkiye'ye yapılan ilk resmi ziyaret olması bakımından önem arz etmektedir (Ataman 2009: 77; Akkaya, 2013: 20). 2007 yılında Abdullah Gül'ün Cumhurbaşkanı seçilmesini tebrik etmek için tekrar Türkiye'ye gelen Kral Abdullah'a o zamana kadar sadece yedi yabancı devlet adamına verilen "Devlet Şeref Madalyası" verilmiştir. Kral Abdullah, buna karşılık, Cumhurbaşkanı Gül'e "Kral Abdülaziz Birinci Derece Madalyası" takarken Başbakan Erdoğan'a da "Abdülaziz Nişanı" sunmuştur (Ataman 2009: 78).

İran'ın Arap Baharı ile birlikte Irak, Suriye ve Yemen'de nüfuzunu artırması Suudi Arabistan tarafından tehdit olarak algılanmaktadır. Bu bağlamda, Suudi Arabistan'ın Türkiye'yi askeri ve ekonomik kapasitesi dolayısıyla İran'ın bölgedeki gücünü dengelemek için stratejik bir ülke olarak gördüğü ifade edilmektedir (Sıradağ, 2016). Bölgede artan İran tehdidine karşı Türkiye ile denge oluşturmaya çalışan Suudi Arabistan, Türkiye ile ikili ilişkilerini güçlendirerek bölgede daha etkin bir rol oynamayı amaçlamaktadır. Ayrıca ABD'nin Irak işgali ve Mübarek yönetimine görevden ayrılma çağrısının yanı sıra Bahreyn'e askeri birlik göndermeye ve Suriyeli muhaliflere askeri destek vermeye yanaşmaması dolayısıyla Suudi Arabistan'ın bölgeye yönelik ABD politikalarından memnun olmadığı ifade edilmektedir. Türkiye'nin aktif politikaları ise İran'ı dengelemesi ve Arap dünyasının iç işlerine fazlaca müdahale içermemesi nedeniyle Suudi Arabistan tarafından memnuniyetle karşılanmaktadır (Efegil 2013: 111).

İki ülke arasında askeri alanda yaşanan gelişmeler, ilişkilerde gelinen noktayı gözler önüne sermektedir. Örneğin, Temmuz 2007'de iki ülke arasında Suudilere ait 300 adet Amerikan yapımı M113 zırhlı aracın yenilenmesini öngören 200 milyon dolarlık bir silah modernizasyonu anlaşması imzalanması dikkat çekici bir gelişme olarak değerlendirilmektedir (Ataman, 2009: 79). İran'ın Arap Baharı ile birlikte Irak, Yemen ve Suriye'de etkisini artırmasının yarattığı tehdit algısı dolayısıyla 2015 yılında 35 Müslüman ülke ile Suudi Arabistan liderliğinde güvenlik ittifakı oluşturulması ise iki ülke ilişkilerini daha önemli bir noktaya taşımıştır (Sıradağ, 2016). Ayrıca, 2016 yılında iki ülke arasında dört askeri tatbikat düzenlenmesi bu bağlamda bir diğer olumlu gelişme olarak değerlendirilmektedir (Türkiye-Suudi Arabistan İlişkileri İvme Kazanıyor).[1]

Diğer taraftan, Türkiye ile Suudi Arabistan'ın çıkarlarının bazı konularda çatışması söz konusu olmuştur. Bu çerçevede, Suudi Arabistan'ın Müslüman Kardeşler'i terör örgütü olarak tanıması ve Mısır'da Sisi'nin başa geçmesiyle sonuçlanan darbeye destek vermesinin Türkiye ile ilişkilerinin gerilmesine neden olduğu ifade edilmektedir. Buna rağmen, Kral Abdullah bin Abdülaziz'in hayatını kaybetmesinin ardından Aralık 2015'te Kral Selman'ın yönetime geçmesiyle Türkiye ile Suudi Arabistan arasında yeniden yakınlaşma başlamıştır. Bu noktada, Kral Abdullah'ın ölümünün ardından Türkiye'de yas ilan edilmesi iki ülke arasındaki ilişkilerin gidişatı hakkında önemli bir gösterge olmuştur. Ayrıca, Türkiye'nin Suudi Arabistan tarafından Yemen'de başlatılan Kararlılık Fırtınası Operasyonu'na destek vermesi ve İran'ın Yemen'den çekilmesini gerektiğini savunması ikili ilişkilere olumlu yansımıştır (Miş vd., 2015: 151-152).

Suudi Arabistan, Şubat 2016'da IŞİD'e karşı oluşturulan koalisyona destek vermek amacıyla İncirlik üssüne dört adet F-15 tipi savaş uçağı, C-130 Herkül tipi kargo uçakları ve 30 civarında özel kuvvet birliği göndermiştir. Böylece, İncirlik üssünde görev yapan ilk NATO dışı yabancı ülke Suudi Arabistan olmuştur (Suudi Arabistan Jetleri İncirlik Üssünde). Ayrıca, Kral Selman'ın 11-14 Nisan 2016 tarihlerindeki Türkiye ziyaretinde "Türk-Suudi Koordinasyon Konseyi" kurulması için anlaşma imzalanması önemli görülmektedir. Suudi Arabistan ile Türkiye ilişkilerinin kurumsallaşması açısından önem teşkil eden söz konusu konseyin ilk toplantısı 8 Şubat 2017'de Ankara'da Dışişleri Bakanlarının başkanlığında düzenlenmiştir (Türkiye - Suudi Arabistan Siyasi İlişkileri). Bunların yanı sıra, 21 Şubat 2016'da ASELSAN ve TAQNIA DST şirketleri arasında Suudi Arabistan Savunma Elektroniği Şirketi kurulmasına yönelik anlaşma imzalanması askeri ilişkilerdeki yakınlaşmayı ortaya koyan bir diğer gelişme olarak göze çarpmaktadır (Miş vd., 2016: 148-149).

Türkiye ile Suudi Arabistan arasındaki ilişkilerde 2015 yılının sonundan itibaren yaşanan iyileşmede İran tehdidinin etkili olduğu düşünülmektedir. ABD'nin İran'a yönelik diplomatik çözümü hedefleyen politikalarının neticesinde 14 Temmuz 2015 tarihinde Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'nin beş daimi üyesi ve Almanya (P5+1) ile İran arasında nükleer anlaşma imzalanması ve Obama yönetiminin Körfez güvenliğini sağlamanın maliyetinden kurtulmak istemesi KİK ülkelerinin gündeminde İran tehdidini daha üst sıralara taşımıştır. Bu durum, KİK ülkelerinin Türkiye ile yakınlaşmasını artıran etkenlerden biri olmuştur (Erboğa, 2017).

Türkiye'nin KİK üyeleri ile ikili ilişkileri bakımından en dikkat çekici ülkelerden bir diğeri de Katar'dır. Coğrafi olarak Basra Körfezi'nde merkezi bir konumda bulunan Katar, sahip olduğu doğal gaz rezervlerinin dünyada üçüncü sırada olması dolayısıyla stratejik bir öneme sahiptir. ABD, AB ve Çin'in Katar'a artan ilgisi söz konusu ülkeyi çok boyutlu denge politikası benimsemeye yöneltmektedir. Bu bağlamda, elde ettiği gelir ile bölgenin saygın bir ülkesi konumuna gelen Katar, farklı siyasi tercihlere sahip ülkelerle iyi geçinmesinden ötürü ortaya çıkan krizlerin çözümünde belirleyici bir rol oynayabilmektedir (Koçgündüz, 2011: 75-78). Türkiye'nin Ortadoğu'da zaman zaman Katar ile ayrı bir blok olarak hareket ettiğinin gözlenmesi ve Nisan 2016'dan bu yana Katar'da bir askeri üs bulundurması ise söz konusu ülkeyi Türkiye açısından özel bir konuma getirmektedir.

5 Mart 2013 tarihinde Suudi Arabistan, BAE ve Bahreyn Katar'daki büyükelçilerini çekme kararı alırken Erdoğan'ın 15 Eylül 2013'teki Katar ziyaretinin ardından iki ülke arasında Yüksek Düzeyli Stratejik Konsey oluşturulması ve 1,2 milyar metreküplük bir doğalgaz anlaşması imzalanması bu durumu gözler önüne sermektedir (Miş vd., 2014: 207-208). Katar ile Türkiye arasında üst düzey işbirliği ve diyalog sağlayabilmek için oluşturulan Yüksek Stratejik Komite'nin ilk toplantısı Aralık 2015'te Doha'da, ikincisi ise Aralık 2016'da Trabzon'da gerçekleşmiş ve bu toplantılara Cumhurbaşkanı Erdoğan ile Katar Emiri Şeyh Tamim başkanlık etmiştir. Ayrıca, işbirliğini arttırmak amacıyla farklı alanlarda anlaşmalar imzalanmıştır.

Katar, Muhammed Mursi'nin askeri darbeyle görevden uzaklaştırılmasına ciddi şekilde tepki gösteren tek Arap ülkesi olması dolayısıyla Türkiye açısından önem arz etmektedir. Bu bağlamda, Türkiye Mursi ile ilgili

[1] Suudi Arabistan; Mayıs 2016'da "EFES 2016", Haziran'da "Uluslararası Anadolu Kartalı-2016 Eğitim Tatbikatı" ve "Uluslararası Işık 2016 Tatbikatı" adlı tatbikatlara katılırken Türkiye ise 27 Şubat-11 Mart tarihlerinde 20 ülkeden 150 bin askerin katılımıyla gerçekleştirilen Raduş Şimal (Kuzeyin Gök Gürültüsü) tatbikatında gözlemci olarak yer almıştır.

uluslararası görüşmelerde Katar'ın desteğini almıştır. Ayrıca Katar'ın Müslüman Kardeşler hareketine de destek verdiği belirtilmektedir. Bunlara ek olarak; Gaziantep'te Suriyeli mültecilere eğitim vermek üzere Türk-Katar Uluslararası Üniversitesi'nin kurulmasına dair anlaşmaya varılması, Aralık 2015'te iki ülke arasında vizelerin kaldırılmasına karar verilmesi, Rusya ile yaşanan enerji krizi sırasında BOTAŞ ile Katar Petrol arasında doğalgaz işbirliğine dair mutabakata varılması ve 2 Aralık 2015'te Doha'da Yunus Emre Enstitüsü açılması Katar'ın Türkiye'nin Ortadoğu'daki en önemli müttefiklerinden biri haline geldiğini gözler önüne sermektedir (Miş vd., 2015: 153-154).

Türkiye'nin Katar ve diğer KİK ülkeleriyle ilişkilerinde gerçekleşen en dikkat çekici gelişmelerden biri de 2017 yılında yaşanan Katar krizi olmuştur. Katar'ın İran ile iyi ilişkilerini sürdürmesi ve bazı terörist gruplara destek olması gerekçe gösterilerek tecrit edilmeye çalışıldığı vurgulanırken, bu krizle Türkiye'ye de dolaylı olarak mesaj verildiği öne sürülmektedir (Köse, 2017). Suudi Arabistan, BAE ve Bahreyn'in Katar'a yönelik başlattığı siyasi abluka karşısında Türkiye Doha yönetimini desteklemiştir. Söz konusu ülkelerin Katar'dan taleplerini sıraladıkları 13 maddelik bildiride Türkiye'nin bu ülkedeki askeri üssünü kapatmasına dair bir maddenin yer alması krizi Türkiye açısından daha da farklı bir boyuta taşımıştır. Bunun üzerine, Türkiye ile Katar arasında 2016'da imzalanan ancak onay için bekleyen askeri anlaşmalar hızla Meclis gündemine getirilerek onaylanmıştır. Mecliste onaylanan bir diğer anlaşma da iki ülke arasında jandarma eğitimi konusunda imzalanan protokolün hayata geçirilmesine ilişkindir. Böylece, Katar Jandarma Teşkilatı personelinin Türkiye tarafından eğitilmesi öngörülmüştür (Miş vd., 2017: 140). Sonuç olarak, Katar'ın ülkesindeki Türk askeri üssünün kapatılmasına olumsuz yanıt vermesi Türkiye ile ilişkilerinin sağlamlığına işaret etmektedir.

Türkiye ile ilişkilerinde inişli çıkışlı grafiğiyle dikkat çeken BAE; Müslüman Kardeşler hareketini terör listesine alması, Mısır'da Sisi'yi desteklemesi ve Libya'da Trablus yönetimini tanımaması dolayısıyla Türkiye'nin Ortadoğu politikaları ile çatışan bir görüntü sergilemektedir (Miş vd., 2015: 154). Bu durum özellikle 2013-2015 yıllarında iki ülke ilişkilerinde gergin bir dönem yaşanmasına neden olmuştur. Örneğin, Erdoğan'ın 25 Eylül 2014'te ABD'de düzenlenen BM Genel Kurulu toplantısında Sisi yönetimini meşru gören devletleri eleştirmesi BAE Dışişleri Bakanlığı tarafından kınanmış ve Mısır'ın içişlerine müdahale olarak değerlendirilmiştir (Miş vd., 2014: 209). Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu'nun 25 Nisan 2016 tarihinde BAE'ye gerçekleştirdiği ziyaretin ardından 2013 yılından bu yana görevinden uzak kalan BAE Ankara Büyükelçisi Haziran ayında yeniden göreve başlamıştır. Türkiye'nin ayrıca İran'ın işgali altında bulunan adaların BAE'ye iadesi konusunda bu ülkeyi desteklediği belirtilmektedir (Miş vd., 2015: 154).

Türkiye ile BAE yaşanan olumlu gelişmelere rağmen BAE'nin 15 Temmuz 2016'da Türkiye'de gerçekleşen darbe girişiminde rolü olduğu öne sürülmüş ve 2017 yılında da bölgesel düzeyde Türkiye karşıtı politikalar izlediği ifade edilmiştir. Ayrıca, ABD'nin Kudüs kararını tepkiyle karşılayan Türkiye'nin İslam İşbirliği Teşkilatı'nı dönem başkanı sıfatıyla İstanbul'da topladığı zirveye devlet başkanı düzeyinde katılmamıştır. Son olarak da BAE Dışişleri Bakanı Şeyh Abdullah bin Zayid'in resmi sosyal medya hesabından Medine müdafisi Fahrettin Paşa ve Cumhurbaşkanı Erdoğan aleyhinde paylaşımda bulunması iki ülke ilişkilerinin gerilmesine neden olmuştur (Miş vd., 2017: 141).

Türkiye'nin Kuveyt ile ilişkileri incelendiğinde, iki ülke arasında önemli işbirliği alanlarının bulunması ve İran'ın Körfez'de etkin olma çabalarına her iki ülkenin de olumsuz bakması dolayısıyla olumsuz bir tablo ile karşılaşılmamaktadır. Kuveyt'in özellikle İran'ın Ortadoğu'da baskın olmasını engellemek amacıyla Türkiye ile iyi ilişkiler kurmak istediği vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, iki ülke arasında çeşitli alanlarda işbirliğinin sürdürüldüğü gözlenmektedir. Kuveyt ile Türkiye arasında 2008 yılında Dışişleri Bakanları düzeyinde ilişkileri geliştirmek için "İşbirliği İçin Ortak Komite" oluşturulması kararlaştırılmıştır. Bu çerçevede, söz konusu komitenin ilk toplantısı 2013 yılında Kuveyt'te düzenlenmiştir. Türkiye ile Katar'ın Dışişleri Bakanlıkları düzenledikleri toplantılarda teknik düzeyde siyasi istişareler oluşturulmuş ve 2017 yılında bu toplantıların dördüncüsü gerçekleşmiştir (Türkiye - Kuveyt Siyasi İlişkileri).

2017 yılında Kuveyt Başbakanı Şeyh Cabir el-Mübarek el-Hamad es-Sabah'ın Türkiye ziyaretinde gerçekleştirilen görüşmeler sonrasında çeşitli alanlarda altı anlaşma imzalanmış ve Kuveytli turist sayısının arttırılması amacıyla Türkiye'ye giriş vizeleri kaldırılmıştır (Türkiye ile Kuveyt Arasında 6 Kritik Anlaşma). Bunun yanı sıra, Emir ailesinin Bodrum'da villasının olması ve Kuveyt'ten Türkiye'ye gelen turist sayısında gözle görülür bir artış yaşanması iki ülke arasındaki ilişkiler açısından önemli göstergeler olarak ele alınmaktadır (Ayhan, 2009: 35-36). Son olarak da Kuveyt'in Suudi Arabistan'ın Katar ile yaşadığı sorunda diyalogla çözüm önererek arabulucu rolü oynaması ve Suudi Arabistan'ın Katar için önerdiği ambargoya katılmaması Türkiye ile ilişkileri açısından olumlu karşılanmaktadır. Diğer taraftan, Irak sorununun Türkiye ile Kuveyt arasında çatışan çıkar alanlarından biri olduğu ifade edilmektedir. Bu bağlamda, 2003 yılından sonra Kuveyt'in ABD ile işbirliğini güçlendirirken

Türkiye'nin Irak sorunu nedeniyle çekimser kalması bu konudaki görüş ayrılığını ortaya koymaktadır (Ayhan, 2009: 28).

Türkiye ile KİK ülkeleri arasındaki resmi ziyaretler gelişen ilişkileri ortaya koyan önemli bir gösterge olarak dikkat çekmektedir. Örneğin, 2003-2014 yıllarını kapsayan Başbakanlık döneminde 93 farklı ülkeye 305 resmi ziyaret gerçekleştiren Erdoğan, bu dönemde en çok ziyaret ettiği altıncı ülke olan Suudi Arabistan'da on bir kez resmi temaslarda bulunmuştur. Erdoğan bu sürede Katar'a altı, BAE'ye beş, Kuveyt'e iki, Umman ve Yemen'e ise birer kez ziyaret gerçekleştirmiştir (11 Yılda 93 Ülkeye 305 Ziyaret). Erdoğan, 28 Ağustos 2014-10 Ağustos 2017 tarihleri arasında ise 86 yurt dışı ziyareti gerçekleştirmiş ve bu süre içerisinde en çok ziyaret ettiği ülke olan Suudi Arabistan'a beş kez gitmiştir. Erdoğan, bunun yanı sıra, Katar ve Kuveyt'i üçer kez, Bahreyn ve Ürdün'ü ise birer kez ziyaret etmiştir (Erdoğan En Çok Suudi Arabistan'ı Ziyaret Etti).

4. TİCARİ VE EKONOMİK İLİŞKİLER

Türkiye'nin 2002 yılı sonrasında KİK ülkeleri ile ilişkilerinin "esas lokomotifinin" ekonomi olduğu vurgulanmaktadır. Bu bağlamda; 2002 yılından itibaren yükselen petrol fiyatlarının Körfez ülkelerindeki sermaye birikimini artırması, 11 Eylül'den sonra Batı'da terör örgütleriyle bağlantıları hakkında kuşku duyulan söz konusu ülkelerin yatırım için yeni pazarlar araması ve Türkiye'nin 2001 ekonomik krizi sonrasında özelleştirme, yabancı sermaye ve pazar arayışı içine girmesi KİK ülkeleriyle yaşanan ekonomik yakınlaşmanın temel sebepleri olarak gösterilmektedir (Yeşilyurt, 2013: 434). Türkiye ile KİK ülkeleri arasında Mayıs 2005'te imzalanan Ekonomik İşbirliğine İlişkin Çerçeve Anlaşmasının yanı sıra Türkiye'nin 2003 yılında Suudi Arabistan, 2005'te Bahreyn ve BAE, 2006'da ise Katar, Kuveyt ve Umman ile iş konseyleri kurması ekonomik ilişkileri canlandırmaya yönelik girişimleri ortaya koymaktadır. Ekonomik ilişkilerdeki yakınlaşmanın en dikkat çekici göstergeleri ise Türkiye ve KİK ülkeleri arasında artan dış ticaret hacmi, KİK ülkelerinden Türkiye'ye gelen doğrudan yabancı yatırımlar ve turizmdir.

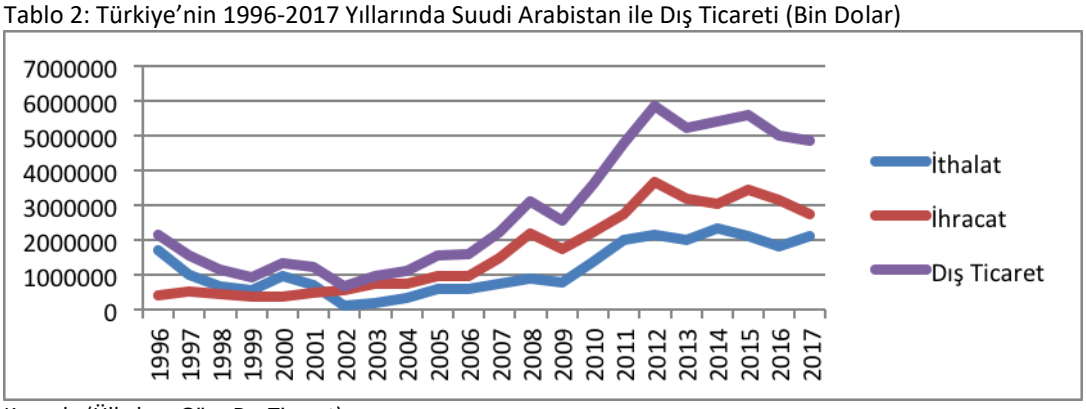
Türkiye ve KİK ülkeleri arasındaki dış ticaret hacmi 2000'li yılların başından itibaren çok ciddi bir şekilde artış göstermiştir. 2001 yılında 1,97 milyar dolar olan ticaret hacmi 2008 yılında 16,6 milyar dolar (Yeşilyurt, 2013: 435), 2017 yılında ise 21,98 milyar dolar seviyelerine yükselmiştir. 2017 yılı dış ticaret verilerine göre Türkiye'nin en çok ithalat ya da ihracat yaptığı ilk 20 ülke arasına girebilen iki KİK ülkesi olduğu göze çarpmaktadır. Bunlardan ilki olan BAE, Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ülkeler arasında %5,9'luk pay ile üçüncü sırada, ithalatında ise %2,4'lük oranla 13. sırada yer almaktadır. Suudi Arabistan ise 2017 yılında Türkiye'nin ihracatında sahip olduğu %1,7 payla 18. sırada yer almıştır. Aşağıdaki tablolardan da anlaşılacağı üzere, Türkiye'nin Suudi Arabistan ve BAE ile ticaret hacmi 2000'li yılların başından itibaren gözle görülür biçimde artmaya başlamıştır. Özellikle BAE ile gerçekleştirilen ticaret inişli çıkışlı bir grafik izlese de her iki ülkeyle yapılan ticaret eskiye oranla çok yüksek seviyelere ulaşmıştır. Bu bağlamda, 1990-2002 yıllarını kapsayan dönemde Türkiye'nin BAE'ye yaptığı ihracatın toplam ihracatı içindeki payının ortalama %0,96 düzeyinde olduğu göz önüne alındığında iki ülke arasındaki ticaretin ciddi bir şekilde artış gösterdiği ortaya çıkmaktadır (Erlat ve Erlat, 2012: 3).

Tablo 1: Türkiye'nin 2017 Yılında Körfez Ülkeleri ile Dış Ticareti (Bin Dolar)

	İhracat	İthalat	Dış Ticaret
Birleşik Arap Emirlikleri	9.184.173	5.546.921	14.731.094
Suudi Arabistan	2.734.534	2.110.162	4.844.696
Katar	648.930	264.126	913.056
Kuveyt	439.863	169.403	609.266
Yemen	571.233	675	571.908
Umman	221.411	95.049	316.460
KİK Ülkeleri Toplam ve Yüzdelik Pay	13.800.144 (%8,79)	8.186.336 (%3,5)	21.986.480 (%5,62)
Toplam	156.994.294	233.803.864	390.798.158

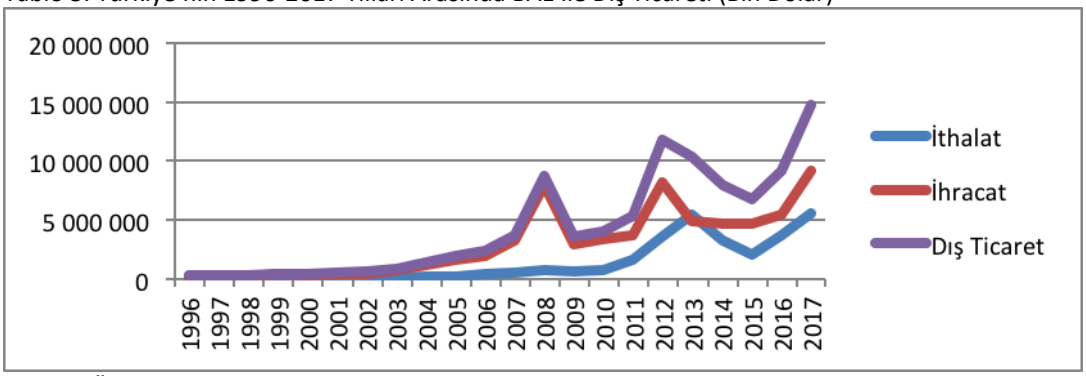
Kaynak: (Ülkelere Göre Dış Ticaret).

Tablo 2: Türkiye'nin 1996-2017 Yıllarında Suudi Arabistan ile Dış Ticareti (Bin Dolar)



Kaynak: (Ülkelere Göre Dış Ticaret).

Tablo 3: Türkiye'nin 1996-2017 Yılları Arasında BAE ile Dış Ticareti (Bin Dolar)



Kaynak: (Ülkelere Göre Dış Ticaret).

Türkiye'nin KİK ülkelerine ihracatındaki en önemli payı başta demir ve çelik olmak üzere ana metal sanayi almaktadır. Diğer taraftan, bu durumun Körfez ülkelerinde inşaat sektörünün hızla gelişmesine bağlanması, ticari ilişkilerin orta ve uzun vadede sürdürülebilirliği bakımından soru işareti oluşturmaktadır (Akkaya, 2013). Nitekim Türk müteahhitlerinin 2010-2016 yıllarında yurt dışında üstlendikleri işlerin ülkelere göre dağılımında Suudi Arabistan, Katar ve Kuveyt'in toplam %13'lük pay sahibi olması KİK ülkelerinin inşaat sektörü açısından önemini ortaya koymaktadır (Türk Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetleri). Tekfen, STFA, TAV ve Yüksel firmaları KİK ülkelerindeki en aktif Türk müteahhitlik firmaları olarak değerlendirilmektedir (Türk Müteaahitlerin Yurtdışı İşleri ve İnşaat Malzemeleri Sektörü, 23). Ayrıca, Limak İnşaat'ın Haziran 2016'da Kuveyt Uluslararası Havalimanı yeni terminal binası inşaatının ihalesini 4,3 milyar dolarlık teklifiyle kazanması Türk firmalarının bölgedeki etkinliğini ortaya koyan önemli bir örnektir (Miş vd., 2016: 148).

Türkiye'nin KİK ülkelerine ihracatında önemli paya sahip olan bir diğer sektör ise savunma sanayisidir. Bu bağlamda özellikle son yıllarda önemli gelişmeler yaşanmaktadır. Örneğin, Makine ve Kimya Endüstrisi yetkilileri, iki yılda bir düzenlenen ve Ortadoğu'nun en büyük savunma sanayisi fuarı olarak nitelenen "IDEX 2017 Uluslararası Savunma Konferansı ve Fuarı" kapsamında gerçekleştirdiği görüşmeler neticesinde BAE Hava Kuvvetleri ile 20 milyon dolar tutarında mühimmatın 2018 yılında teslim edilmesini öngören bir anlaşma imzalamıştır. Söz konusu anlaşma, Türkiye ile BAE arasında imzalanan Savunma Sanayi İşbirliği Mutabakat Muhtırası'nın ilk meyvesi olarak değerlendirilmektedir (MKE'den 20 Milyon Dolarlık İhracat Başarısı). Bunun yanı sıra, aynı fuarda Türkiye'nin en büyük özel sermayeli savunma şirketi Otokar ve BAE'nin Al Jasoor (Cesur) şirketi ile BAE Silahlı Kuvvetleri arasında 661 milyon dolar tutarında 8x8 taktik tekerlekli zırhlı araç sözleşmesi imzalandığı duyurulmuştur. Bu anlaşma ise Türk savunma sanayi için "tek kalemde imzalanan en büyük savunma ihracatı" olarak nitelendirilmektedir (Koç'tan Tek Kalemde 'Cesur' Savunma Atağı).

Türkiye'nin KİK ülkelerinden yaptığı ithalatta ise petrolün önemli bir yer tuttuğu gözlenmektedir. Bahreyn ve Umman haricindeki KİK ülkelerinin OPEC üyesi olması bu bakımdan önem arz etmektedir. Türkiye'nin 2017 yılında gerçekleştirdiği 42,65 milyon tonluk petrol ithalatında Suudi Arabistan'ın %5,34 ve Kuveyt'in %4,04 olmak üzere KİK ülkelerinin toplam %9,69'luk payı bulunmaktadır (Petrol Piyasası Sektör Raporu 2017, 8).

İkinci olarak, Türkiye'nin KİK ülkeleri ile ekonomik ilişkilerinde göze çarpan bir diğer faktör söz konusu ülkelerin Türkiye'ye yaptığı yatırımlardır. Bu bağlamda, KİK ülkelerinden gelen sıcak paranın Türk ekonomisinin istikrarını sağlayan unsurlar arasında değerlendirilmesi Körfez yatırımlarının önemini ortaya koymaktadır (Yeşilyurt, 436). Örneğin, Katar 2013 yılında 469 milyon dolarlık yatırımı ile Türkiye'ye en çok doğrudan yatırım gerçekleştiren sekizinci ülke olmuştur (Uluslararası Doğrudan Yatırımlar 2016 Raporu, 57). KİK ülkelerinin toplamına ait veriler incelendiğinde ise dış ticaret verilerine benzer şekilde düzenli bir artış görülmese de doğrudan yatırımların 2005 yılında 1,67 milyar dolar, 2008 yılında 1,96 milyar dolar seviyelerine ulaştığı gözlenmiştir (Yeşilyurt, 2013: 436).

Tablo 4: Körfez Ülkelerinin Türkiye'ye Doğrudan Yabancı Yatırımları (Milyon Dolar)

	2010	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**
Suudi Arabistan	39	9	439	39	10	17	21	9
Kuveyt	193	43	271	185	197	7	73	56
Katar	52	50	46	469	8	350	420	100

Kaynak: (Uluslararası Doğrudan Yatırım İstatistikleri).

KİK ülkelerinin Türkiye'deki yatırımları incelendiğinde bankacılık sektörüne özel bir önem verildiği göze çarpmaktadır. KİK ülkelerinin Türkiye'de sahibi ya da ortağı oldukları sekiz banka bulunmaktadır. Örneğin, Katar'ın ilk özel bankası olan The Commercial Bank, Temmuz 2013'te ABank'ın hisselerinin %70,8'ini Anadolu Grubu'ndan satın almasının ardından 2016 yılında 222,5 milyon dolar karşılığında satın aldığı %25'lik hisse ile bankanın tamamına sahip olmuştur (ABank'ın Tamamı Katarlıların Oldu). Diğer taraftan, %100 Türk sermayeli bir banka olan Ziraat Bankası'nın 2011 yılında Suudi Arabistan'da Cidde şubesini açması Türk bankacılığının bir başarısı olarak nitelendirilmektedir. Ayrıca, KİK ülkelerinin Türkiye'deki yatırımlarının bankacılık sektörüyle sınırlı kalmadığı göze çarpmaktadır. Örneğin, Suudi Arabistan merkezli Oger Telekom 2005 yılında Türk Telekom'un %55 hissesini 6,5 milyar dolar karşılığında satılmıştır (Yeşilyurt, 2013: 435). Bunun yanı sıra, Türkiye'de 2007 yılından bu yana faaliyet gösteren Dubai merkezli özel sermaye şirketi Abraaj Group,[2] Temmuz 2017'de Türkiye'nin en büyük lojistik şirketlerinden biri olan Netlog'dan hisse satın alarak Türkiye'de 10. yatırımını yapmasının ardından Aralık ayında 104 restoranıyla hizmet veren KFC Türkiye'yi satın almıştır. Böylelikle söz konusu şirketin Türkiye'deki yatırımlarının 1 milyar doları geçtiği belirtilmektedir (Abraaj Group KFC Türkiye'yi Satın Aldı).

Tablo 5: Türkiye'deki Körfez Sermayeli Bankalar

Ülke	**Banka/Şirket**	**Türkiye'deki Yatırım**	**Hisse**
Kuveyt	Kuwait Investment Company	A&T Bank (Arap Türk Bankası)	%1,62
	National Bank of Kuwait	Turkish Bank	%34,29
	Kuwait Finance House	Kuveyt Türk	%62,24
	Burgan Bank Grubu	Burgan Bank	
Katar	Qatar National Bank S.A.Q (QNB Group)	QNB Finansbank	
	Commercial Bank of Qatar	ABank	
Bahreyn	Albaraka Bankacılık Grubu	Albaraka Türk	%54,06
Suudi Arabistan	The National Commercial Bank	Türkiye Finans	%67,03
BAE	Emirates NBD	Denizbank	

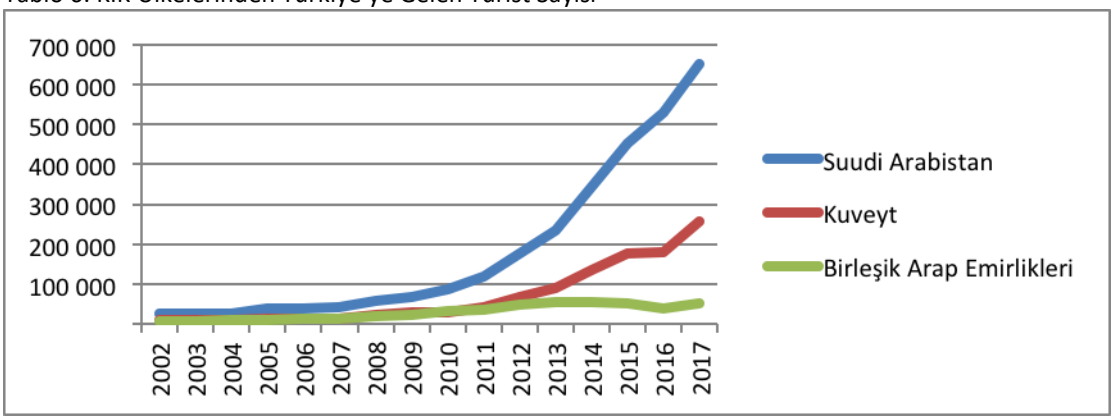
Kaynak: (Körfez Sermayesinin Türk Bankacılık Sektöründeki Yatırımları; Siberbank, Denizbank'ı Emirates NBD'ye Sattı).

Türkiye ile KİK ülkelerinin ekonomik ilişkilerinde dikkat çekici bir şekilde gelişme gösteren alanlardan biri de turizmdir. 2017 yılında Türkiye'ye Suudi Arabistan'dan 651.170, Kuveyt'ten 255.644, BAE'den 49.360, Katar'dan 48.764, Yemen'den 28.491 ve Umman'dan 25.234 turist gelmiştir. Körfez ülkeleri arasında bu bakımdan lider konumda olan Suudi Arabistan Türkiye'ye turist gönderen tüm ülkeler arasında on birinci sırada yer almıştır. Körfez ülkelerinden gelen yaklaşık bir milyon turist, 2017 yılında Türkiye'yi ziyaret eden toplam 32,4 milyon turistin %3,26'sını teşkil etmektedir (Sınır İstatistikleri Yıllık Bülteni 2017). 2002-2017 yıllarını kapsayan dönemde Körfez ülkelerinden Türkiye'ye gelen turistler ile ilgili istatistikler incelendiğinde ise aşağıdaki grafikten de anlaşılacağı üzere özellikle Suudi Arabistan ve Kuveyt'ten gelen turist sayılarında önemli bir artış

[2] Afrika, Latin Amerika, Ortadoğu ve Asya'daki büyüyen pazarlarda faaliyet gösteren Abraaj Group, 17 şubesi aracılığıyla 30 ülkede çalışmalar yapmakta ve 190 şirkette 7,7 milyar dolarlık fon yönetmektedir (Abraaj Group Netlog Lojistik'e Yatırım Yaptı).

olduğu gözlenmektedir. Örneğin, 2002-2012 yıllarında Suudi Arabistan'dan Türkiye'ye gelen turist sayısının 690.924 olduğu göz önüne alındığında yalnızca 2017 yılına ait verilerin bu sayıya oldukça yaklaştığı anlaşılmaktadır. Benzer şekilde, söz konusu on bir yıllık dönemde Kuveyt'ten gelen turist sayısı 240.845 iken yalnızca 2017 yılında bu seviye aşılarak gelen turist sayısı 255.644'e ulaşmıştır. 2016 yılında toplam 21,1 milyon Suudi (International Tourism) ve 4 milyon Kuveytli turistin (Kuwait, Global Context) yurtdışını ziyaret ettiği düşünüldüğünde bu ülkelerin Türkiye açısından önemli bir potansiyel taşıdığı anlaşılmaktadır.

Tablo 6: KİK Ülkelerinden Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı



Kaynak: (Sınır İstatistikleri Yıllık Bülteni 2017).

5. SONUÇ

Türkiye 1990'lı yıllarda İsrail ile yakın ilişkiler kurmasıyla birlikte KİK ülkeleri ile mesafesini korumuştur. 2000'li yıllarda ise ABD'nin Irak işgaliyle Ortadoğu'da dengeler yeniden değişmiştir. AKP iktidarıyla birlikte Ortadoğu politikasını yeniden şekillendiren Türkiye'nin 2000'li yıllarda bölgede pasif duruşunu geride bırakarak daha aktif bir Ortadoğu politikası izlediği göze çarpmaktadır. Bu bağlamda, 2000'li yıllar, bölge ülkeleri ve Türkiye arasındaki ilişkilerin geliştiği bir dönem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada görüldüğü üzere, Ortadoğu'da ekonomik açıdan önemli yeri olan KİK ülkeleri ile ikili ilişkiler, özellikle Türkiye'nin 2008 yılında KİK'in stratejik diyalog ortağı olmasıyla birlikte artan üst düzey ziyaretler ve ticaret hacmi göz önüne alındığında, oldukça gelişme göstermiştir.

Türkiye'nin kurumsallaşma aşamasında olan KİK ile doğrudan kurumsal ilişkileri yeterli düzeye ulaşmadığından bu çalışmada Türkiye'nin üye ülkelerle ikili ilişkilerine ve artan ticari ve ekonomik ilişkilerine odaklanılmıştır. Bu çerçevede, Türkiye'nin 2000'li yıllarda değişen Ortadoğu politikası ile birlikte KİK ülkeleriyle ilişkilerinin yeniden şekillendiği ve özellikle Suudi Arabistan, Katar, BAE ve Kuveyt'in ikili siyasi ilişkilerde öne çıktığı görülmektedir. 2017 yılında yaşanan Katar krizi, Türkiye'nin söz konusu ülkelerle siyasi ilişkilerini özetleyen bir örnek olay olarak bu çalışma bağlamında önem kazanmaktadır. Türkiye'nin KİK ülkeleri ile ticari ve ekonomik ilişkileri mercek altına alındığında ise dış ticaret hacmi, Türkiye'ye yapılan doğrudan yabancı yatırımlar ve turizm konuları ön plana çıkmaktadır. Sonuç olarak, Türkiye'nin KİK ülkeleri ile ilişkilerini geliştirmesine rağmen söz konusu ülkelerin ekonomik potansiyelinden beklenen düzeyde yararlanamadığı ortaya çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

ABank'ın Tamamı Katarlıların Oldu. (2016, 19 Aralık). Sabah, https://www.sabah.com.tr/ekonomi/2016/12/19/abankin-tamami-katarlilarin-oldu.

Abraaj Group, KFC Türkiye'yi Satın Aldı. (2017, 16 Kasım). BloombergHT http://www.bloomberght.com/haberler/haber/2070174-abraaj-group-kfc-turkiye-yi-satin-aldi.

Abraaj Group Netlog Lojistik'e Yatırım Yaptı. (2017, 5 Ağustos). Türkiye Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı. http://www.invest.gov.tr/tr-TR/infocenter/news/Pages/abraaj-group-invests-in-turkish-netlog-logistics.aspx.

Akkaya, G. N. (2013). Körfez İşbirliği Konseyi Krallar Kulübü ve Değişen Bölgesel Düzen. SETA Analiz, 70.

Ayhan, V. (2009). Türkiye-Kuveyt İlişkileri: Irak İşgali Sonrası Çatışan Çıkarlar ve Yeni İşbirliği Olanakları. Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi. 1.

Cordesman, A. H. (2003). Saudi Arabia Enters the Twenty-First Century The Political, Foreign Policy, Economic and Energy Dimensions. Westport, Connecticut: Praeger.

Ataman, M. (2009). Türkiye –Suudi Arabistan İlişkileri: Temkinli İlişkilerden Çok-Taraflı Birlikteliğe. Ortadoğu Analiz. 1 (9).

Country Profile: United Arab Emirates (UAE). (2007, Temmuz). Library of Congress. http://www.loc.gov/rr/frd/cs/profiles/UAE-new.pdf.

Diriöz, A. O. (2009). Türkiye-Körfez İşbirliği Konseyi İlişkileri. Ortadoğu Analiz. 1 (6).

Efegil, E. (2013). Suudi Arabistan'ın Dış Politikasını Şekillendiren Faktörler. Ortadoğu Analiz, 5 (53).

Erboğa, A. (2017). Rekabet ve İşbirliği Sarkacında Türkiye-Körfez İlişkileri. AK Parti'nin 15 Yılı: Dış Politika. Kemal İnat, Ali Aslan ve Burhanettin Duran (Ed.). İstanbul: SETA.

Erdoğan En Çok Suudi Arabistan'ı Ziyaret Etti. (2017, 25 Ağustos). Sputnik Türkiye. https://tr.sputniknews.com/turkiye/201708251029867008-erdogan-en-cok-suudi-arabistan-ziyaret/.

Erlat, G. ve Erlat, H. (2012). Türkiye'nin Ortadoğu Ülkeleri ile Olan Ticareti, 1990-2002, Türkiye Ekonomi Kurumu Tartışma Metni 2012/26.

International Tourism, Number of Departures. World Bank. https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.DPRT?locations=SA, (30.07.2018).

Koçgündüz, L. M. (2011). Basra Körfezi'nin Parlayan İncisi: Katar. Ortadoğu Analiz, 3 (26).

Koç'tan Tek Kalemde 'Cesur' Savunma Atağı. (2017, 20 Şubat). Milliyet. http://www.milliyet.com.tr/koc-tan-tek-kalemde-cesur--ekonomi-2399250/.

Körfez Arap Ülkeleri İşbirliği Konseyi (KİK). T.C. Dışişleri Bakanlığı, http://www.mfa.gov.tr/korfez-arap-ulkeleri-isbirligi-konseyi.tr.mfa.

Körfez Sermayesinin Türk Bankacılık Sektöründeki Yatırımları. (2018, 1 Şubat). CNN Turk. https://www.cnnturk.com/ekonomi/turkiye/korfez.

Köse, T. (2017, 10 Haziran). Katar'ın Tecridi ve Ortadoğu'da Tektipçilik Dayatması. SETA. https://www.setav.org/katarin-tecridi-ve-ortadoguda-tektipcilik-dayatmasi/.

Kuwait, Global Context. VisitBritain. https://www.visitbritain.org/markets/kuwait.

Miş, N. vd. (Ed.). (2014). Türkiye-Körfez Ülkeleri İlişkileri. 2014'te Türkiye. Ankara: SETA.

Miş, N. vd. (Ed.). (2015). Türkiye-Körfez Ülkeleri İlişkileri. 2015'te Türkiye. Ankara: SETA.

Miş, N. vd. (Ed.). (2016). Türkiye-Körfez Ülkeleri İlişkileri. 2016'da Türkiye. Ankara: SETA.

Miş, N. vd. (Ed.). (2017). Türkiye-Körfez İlişkileri. 2017'de Türkiye. Ankara: SETA.

MKE'den 20 Milyon Dolarlık İhracat Başarısı. (2017, 27 Mayıs). Habertürk. https://www.haberturk.com/ekonomi/is-yasam/haber/1509720-mkeden-20-milyon-dolarlik-ihracat-basarisi.

Petrol Piyasası Sektör Raporu 2017. T.C. Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu. Ankara 2018.

Sınır İstatistikleri Yıllık Bülteni 2017. T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. Yayın No: 2018/2.

Sıradağ, A. (2016, 15 Nisan). İran Krizi kıskacında Türkiye ve Suudi Arabistan İlişkileri. Aljazeera Turk. http://www.aljazeera.com.tr/gorus/iran-krizi-kiskacinda-turkiye-ve-suudi-arabistan-iliskileri.

Siberbank, Denizbank'ı Emirates NBD'ye Sattı. (2018, 22 Mayıs). CNN Turk. https://www.cnnturk.com/ekonomi/sirketler/sberbank-denizbanki-emirates-nbdye-satti.

Suudi Arabistan Jetleri İncirlik Üssünde. (2016, 26 Şubat). BBC Türkçe. 26 Şubat 2016, https://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/02/160226_suudi_jet_incirlik.

Türkiye ile Kuveyt Arasında 6 Kritik Anlaşma. (2017, 14 Eylül). Sabah. https://www.sabah.com.tr/ekonomi/2017/09/14/turkiye-ile-kuveyt-arasinda-6-kritik-anlasma, (13.05.2018).

Türkiye - Kuveyt Siyasi İlişkileri. T. C. Dışişleri Bakanlığı. http://www.mfa.gov.tr/turkiye-kuveyt-siyasi-iliskileri.tr.mfa.

Türkiye - Suudi Arabistan Siyasi İlişkileri. T. C. Dışişleri Bakanlığı, http://www.mfa.gov.tr/turkiye-suudi-arabistan-siyasi-iliskileri.tr.mfa.

Türkiye-Suudi Arabistan İlişkileri İvme Kazanıyor. (2016, 30 Eylül). Anadolu Ajansı. https://www.aa.com.tr/tr/dunya/turkiye-suudi-arabistan-iliskileri-ivme-kazaniyor/655768.

Türk Müteaahitlerin Yurtdışı İşleri ve İnşaat Malzemeleri Sektörü. Omsan Lojistik. http://www.omsan.com/uploads/logistic/media/kutup103.pdf.

Türk Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetleri. (2017, Mart). Türkiye Müteahhitler Birliği. https://www.tmb.org.tr/doc/file/YDMH_mart_2017.pdf.

Uluslararası Doğrudan Yatırım İstatistikleri, T.C. Ticaret Bakanlığı, www.ticaret.gov.tr.

Uluslararası Doğrudan Yatırımlar 2016 Raporu. (2017, Eylül). T.C. Ekonomi Bakanlığı. https://www.ticaret.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-250361.

Ülkelere Göre Dış Ticaret. Türkiye İstatistik Kurumu. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1046.

Yeşilyurt, N. (2013). Ortadoğu'yla İlişkiler. Türk Dış Politikası: Kurtuluş Savaşından Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar (Cilt III 2001-2012). Baskın Oran (Ed.). İstanbul: İletişim.

11 Yılda 93 Ülkeye 305 Ziyaret. T. C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, https://kdk.gov.tr/haber/11-yilda-93-ulkeye-305-ziyaret/420.

Wagner ve Keynezyen Yaklaşımların Ampirik Analizi: Türkiye Ekonomisi Örneği*

Prof. Dr. Murat ÇETİN[1] **Uğur DÜBÜŞ[2]**

[1]Namık Kemal Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, mcetin@nku.edu.tr

[2]Namık Kemal Üniversitesi, SBE, ugurdubus@hotmail.com

Özet: Çalışmanın temel amacı, kamu harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Wagner ve Keynesyen yaklaşımlar çerçevesinde Türkiye örneğinde 1982-2015 dönemi için araştırmaktır. Çalışmada Johansen-Juselius eşbütünleşme ve Vektör Hata Düzeltme Modeli Granger nedensellik testleri kullanılmıştır. Johansen-Juselius eşbütünleşme testi sonuçları, kişi başına reel kamu harcamaları ile kişi başına reel GSYİH değişkenleri arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır. Nedensellik testi sonuçları, Türkiye ekonomisinde hem kısa hem de uzun dönemde kişi başına reel kamu harcamalarından kişi başına reel GSYİH'ya doğru işleyen bir nedenselliğin varlığını göstermektedir. Bu, Keynesyen hipotezin Türkiye ekonomisi için geçerli olduğu anlamına gelmektedir. Nedensellik testi sonuçları, aynı zamanda Türkiye ekonomisinde kişi başına reel GSYİH'den kişi başına reel kamu harcamalarına doğru işleyen bir nedenselliğin bulunmadığını göstermektedir. Bu, Türkiye ekonomisi için Wagner hipotezinin geçerli olmadığı anlamına gelmektedir. Sonuçlar, Türkiye ekonomisi için önemli politika önerileri sunabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Wagner Hipotezi, Keynesyen Hipotez, Kamu Harcamaları, Ekonomik Büyüme, Zaman Serileri, Türkiye

GİRİŞ

1929 Büyük Ekonomi Buhranından sonra kamunun ekonomi içerisindeki ağırlığı artmaya başlamış verimlilik ve etkinlik kavramları tartışılmaya başlanmıştır. Kamu harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkilerin analiz edildiği bu dönemde ekonomide kamunun etkinliğindeki artışın iktisadi büyüme hızını yavaşlatacağı ve verimliliği azaltacağı görüşü savunulmakla birlikte aksine, ekonomi için kamu kesiminin varlığının önemli olduğu da savunulmuştur. Adolph Wagner, bu hususta kamu harcamalarındaki artış hızının milli gelirdeki artış hızından daha yüksek olduğunu ve iktisadi büyümeden kamu harcamalarına doğru bir nedensellik olduğunu ifade etmiştir. Bu hipotez literatüre "Wagner Kanunu" olarak geçmiştir (Tuna, 2013: 54).

Keynes ekonomik büyümenin artırılabilmesi için kamu harcamalarının arttırılması gerektiğini, klasik görüşün aksine ekonominin lokomotifinin arz değil talep olduğunu belirterek kamu harcamaları arttıkça toplam talebin artacağını ve toplam talep arttıkça da ekonomik büyümenin kamu harcamalarını kullanarak gerçekleşeceğini vurgulamıştır. Keynes'e göre kamu harcamaları, hem iktisadi büyümeyi pozitif etkiler hem de kısa dönemde konjonktürel dalgalanmaları hafifletecek bir politik araç olarak kullanılabilir. Dolayısıyla kamu harcamaları artışı ekonomik büyümeyi artırır (Gül ve Yavuz, 2011: 75).

Bu çalışmanın temel amacı kamu harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Wagner ve Keynezyen yaklaşımlar tarafından ifade edilen hipotezler bağlamında Türkiye ekonomisi için analiz edebilmektir. Burada her iki yaklaşımın da Türkiye ekonomisi bağlamında ampirik açıdan geçerli olup olmadığı, 1982-2015 dönemini kapsayan bir zaman serisi analizi çerçevesinde incelenmektedir.

1. LİTERATÜR

Ampirik literatür dikkate alındığında konunun farklı yazarlar tarafından farklı ülke, dönem ve metodolojiler kullanılarak farklı sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir. Arısoy (2005), Türkiye'de 1950-2003 periyodunu analiz etmiş, toplam kamu harcamaları hariç, uzun dönemde ekonomik büyümeden, ekonomik tasnife göre ayrıştırılmış cari, yatırım, transfer ve transfer dışı harcamalar gibi kamu harcamalarının unsurlarına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi saptanmış, uzun dönemde ekonomik büyümenin kamu harcamalarını artıracağını öne süren Wagner hipotezi desteklenmiştir.

Ay (2006), Türkiye ekonomisini 1980-2005 dönemi itibariyle incelemiş, ampirik uygulama sonuçları uzun dönemde Wagner hipotezini geçerli kılarken kısa dönemde ise değişkenler arasında bir ilişki bulunmadığını

* Bu çalışma, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, SBE Maliye Anabilim Dalında gerçekleştirilen "Wagner ve Keynez Hipotezlerinin Test Edilmesi: Türkiye Örneği" isimli yüksek lisans tezinden uyarlanmıştır.

göstermiştir. Bağdigen ve Beşer (2009), 1950-2005 döneminde Türkiye'de kamu harcamaları ve ekonomik büyüme arasında herhangi bir nedensellik ilişkisine rastlayamamışlardır.

Celepcioğlu (2011), Türkiye'de kamu harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini 1980-2010 döneminde analiz etmiş, incelenen dönemde Türkiye'de cari harcamalardaki artışın ekonomik büyümeyi de beraberinde getireceği ve bulunan sonuçların Keynesyen hipotezi doğruladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Diler (2011), 1998-2010 dönemi çeyreklik veriler ile Türkiye ekonomisini test etmiş, çalışmasında Wagner ya da Keynesyen hipotezlerin gerçekleşmediği, dolayısıyla incelenen dönem için kamu harcamalarının Türkiye'de önemli bir politika aracı olmadığı sonucuna varılmıştır.

Fikir (2010), 1950-2007 yılları arasında Türkiye'de kamu harcamalarının kişi başına reel büyüme üzerindeki etkilerini VAR modelleri yardımıyla incelemiştir. Çalışmada Türkiye'de kamu harcamalarının iktisadi büyümenin yaratılmasında yeterince etkili olamadığı ve oluşan pozitif etkinin çok düşük olduğu ileri sürülmüştür.

Gül ve Yavuz (2011), Türkiye'de 1963-2008 yılları arasında kamu harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkileri analiz etmişlerdir. Granger nedensellik testi sonucunda ekonomik büyümeden kamu harcamalarına doğru bir nedensellik bulunamazken, kamu harcamalarından ekonomik büyümeye doğru tek yönlü nedensel bir ilişki olduğunu ve Türkiye'de Keynesyen hipotezin geçerli olduğunu saptamışlardır.

Abdiyeva ve Çetintaş (2017), çalışmalarında Wagner hipotezi çerçevesinde Kırgızistan ekonomisini test etmişlerdir. 1995-2014 periyodunun ele alındığı çalışmada GSYİH %1 arttığında uzun dönemde kamu harcamalarının % 1'den daha fazla arttığı gözlenmiştir. Nedensellik testi sonucunda ise ekonomik büyümeden kamu harcamalarına doğru tek yönlü bir nedensellik olduğu gözlenmiş olup Keynesyen hipotez reddedilerek Wagner hipotezi desteklenmiştir.

Ageli (2013), 1970-2012 periyodunda Suudi Arabistan'da Wagner hipotezinin geçerliliğini analiz etmiştir. Çalışmada Wagner hipotezinin desteklendiği görülmüştür. Ahsani vd. (1996), Kanada üzerine 1952-1988 periyodunda yaptıkları çalışmalarında Wagner hipotezinin geçerli olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Antonis (2013), 1833-1938 döneminde Yunanistan ekonomisini Wagner ve Keynesyen hipotezler çerçevesinde analiz etmiştir. ARDL sınır testi yaklaşımının kullanıldığı çalışmada Wagner hipotezi Yunanistan'da geçerli iken Keynesyen hipotezin belirli zaman periyodlarında şüpheler ortaya koyduğu gözlemlenmiştir.

Burney (2002), Kuveyt ekonomisinde gelir seviyesini de içeren sosyoekonomik değişkenler ve kamu harcamaları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bulgular kamu harcamaları ve sosyoekonomik değişkenler arasındaki uzun dönemli dengenin varlığına çok az destek vermekte ve Kuveyt'te Wagner hipotezinin geçerliliğini desteklememektedir.

2. MODEL VE VERİ SETİ

Bu araştırmada ilgili değişkenler arasındaki ilişki Islam (2001), Narayan ve Singh (2008) tarafından kullanılan aşağıdaki doğrusal regresyon modelleri ile tahmin edilmektedir:

$$LKBRKH_t = \alpha_1 + \beta_1 LKBRGDP_t + \varepsilon_t \quad (1)$$

$$LKBRGDP_t = \alpha_2 + \beta_2 LKBRKH_t + u_t \quad (2)$$

Bu denklemlerde KBRKH değişkeni kişi başına reel kamu harcamalarını, LBRGDP değişkeni ise kişi başına reel GSYİH'yı ifade etmektedir. α_1 ve α_2 sabit terimleri, ε ve u ise hata terimlerini göstermektedir. β_1 ve β_2 katsayıları sırasıyla kişi başına reel kamu harcamalarının kişi başına reel GSYİH (yani ekonomik büyüme) elastikiyetini, kişi başına reel GSYİH (yani ekonomik büyüme) nin kişi başına reel kamu harcamaları elastikiyetini göstermektedir. Cari fiyatlarla (nominal) kamu harcamaları ve GSYİH verileri TÜİK web sitesinden elde edilmiştir. Serilerin nominal değerleri Birleşmiş Milletler web sitesinden elde edilen GSYİH fiyat deflatörü yardımıyla reel hale getirilmiş, elde edilen reel değerler de nüfusa oranlanarak kişi başına reel kamu harcamaları ve kişi başına reel GSYİH değerleri bulunmjuştur. Son olarak serilerin doğal logaritmaları alınarak logaritmik değerlerinin analizlerde kullanımı tercih edilmiştir.

Tablo 1, çalışmada kullanılan değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler hakkında bilgi sunmaktadır. Tablo 1, aynı zamanda korelasyon matrixi yani değişkenler arasındaki korelasyona dair bilgi vermektedir. Bu sonuçlara göre; iki değişken arasındaki korelasyon katsayısı 0.959 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 1: Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler
(Zaman Serisi: 1982-2015; Gözlem Sayısı: 34)

İstatistikler	***LKBRKH***	***LKBRGDP***
Ortalama	8.331	16.756
Medyan	8.519	16.843
Maximum	9.000	17.452
Minimum	6.802	15.589
Standart Sapma	0.630	0.493
Çarpıklık	-0.623	-0.307
Basıklık	2.187	2.219
Normal Dağılım	3.138	1.396
(Jarque-Bera)	(0.208)	(0.497)
Korelasyon Matriksi		
LKBRKH	1.000	
LKBRGDP	0.959	1.000

Not: Parantez içindeki değerler olasılık değerini gösterir.

3. EKONOMETRİK METODOLOJİ

Bu çalışmada kullanılan ekonometrik metodolojiyi 3 kısımda ele almak mümkündür. Birinci aşamada değişkenlerin durağanlık düzeyleri yani birim kök analizi üzerinde durulmaktadır. Burada değişkenlerin durağanlık seviyelerinin belirlenmesinde Kwiatkowski, Phillips, Schmidt ve Shin (KPSS) testinden istifade edilmiştir. İkinci aşamada değişkenler arasında bir uzun dönem ilişkisi yani eşbütünleşmenin olup olmadığı Johansen ve Juselius eşbütünleşme testi ile araştırılmaktadır. Son aşamada ise değişkenler arasında nedesellik ilişkileri Engle ve Granger tarafından literatüre kazandırılmış Vektör Hata Düzeltme Modeli Granger nedensellik testi ile incelenmektedir.

4. AMPİRİK SONUÇLAR

Tablo 2'de çalışmada kullanılan KPSS birim kök testinden elde edilen sonuçlar yer almaktadır. Hem sabitli model hem de sabitli-trendli model sonuçları %5 anlamlılık seviyesinde her iki değişkenin de düzey değerlerinde birim kök içerdiğini ancak birinci farkları alındığında durağan hale geldiğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle değişkenlerin bütünleşme seviyelerinin *I*(1) olduğu söylenebilir. Bu sonuçlar değişkenlerin aynı seviyede durağan olmaları nedeniyle Johansen-Juselius eşbütünleşme testinin uygulanabilmesine izin vermektedir.

Tablo 2: KPSS Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	**KPSS sabitli model**		**KPSS sabitli-trendli model**	
	LM-istatistiği	Kritik değer % 5	*LM*-istatistiği	Kritik değer %5
LKBRGDP	0.568 (5)	0.463	0.169 (2)	0.146
LKBRKH	0.653 (5)	0.463	0.186 (4)	0.146
ΔLKBRGDP	0.259 (0)	0.463	0.114 (1)	0.146
ΔLKBRKH	0.226 (0)	0.463	0.126 (1)	0.146

Not: Parantez içindeki değerler band genişliğini ifade etmektedir. Optimal band genişliği Newey-West metodu kullanılarak otomatik olarak belirlenmiştir.

Serilerin birinci farklarında durağan olduğunun tespit edilmesiyle birlikte aralarında bir eşbütünleşme yani bir uzun dönem ilişkisinin olup olmadığı Johansen-Juselius testi ile analiz edilmeye çalışılmıştır. Johansen-Juselius eşbütünleşme testi için optimal gecikme uzunluğunun belirlenmesi gerekir. Bu amaçla VAR yaklaşımı yardımıyla uygun gecikme uzunluğu 2 olarak belirlenmiş olup modelde otokorelasyon ve değişen varyans problem

bulanmamaktadır. Bu bağlamda kullanılan Johansen-Juselius eşbütünleşme testi sonuçları Tablo 3'de sunulmuştur. Ampirik bulgular hem iz istatistiği hem de maksimum öz değer istatistiği değerinin %5 kritik değerden büyük olduğunu dolayısıyla kişi başına reel kamu harcamaları ile kişi başına reel GSYİH değişkenleri arasında bir uzun dönem denge ilişkisinin yani eşbütünleşmenin varlığına işaret etmektedir.

Tablo 3: Johansen-Juselius Eşbütünleşme Testi Sonuçları

Hipotez	İz istatistiği	%5 kritik değer	Max. öz değer istatistiği	%5 kritik değer	Eşbütünleşme
R=0	47.939	15.494	45.519	14.264	Var
R≤1	2.419	3.841	2.419	3.841	Yok

Çalışmada değişkenler arasındaki nedensellik ilişkileri VECM Granger nedensellik testi ile incelenmiş olup elde edilen sonuçlar Tablo 4'de verilmiştir. Tablodan görüleceği gibi hem kısa dönem hem de uzun dönem nedensellik sonuçları söz konusudur. Panel A kişi başına reel kamu harcamalarından kişi başına reel GSYİH'ya bir nedenselliğin olup olmadığı hakkında bilgi sunar. Buna göre %5 anlamlılık seviyesinde hem kısa dönemde hem de uzun dönemde kişi başına reel kamu harcamalarından kişi başına reel GSYİH'ya doğru işleyen bir nedensellik tespit edilmiştir. Bu durum kısa ve uzun dönemde "Keynesye hipotezin'' Türkiye ekonomisinde geçerli olduğunu ispatlaması bakımından önem arz etmektedir. Breusch-Godfrey LM testi ve ARCH LM testi sonuçları modelde otokorelasyon ve değişen varyans problemlerinin bulunmadığını modelin uygun bir model olduğunu göstermektedir.

Diğer taraftan Panel B kısmı, kişi başına reel GSYİH'den kişi başına reel kamu harcamalarına doğru bir nedenselliğin olup olmadığı hakkında bilgi vermektedir. Kısa dönem ve uzun dönem nedensellik sonuçları, Türkiye ekonomisinde kişi başına reel GSYİH'den kişi başına reel kamu harcamalarına doğru işleyen bir nedensellik ilişkisinin bulunmadığını ortaya koymaktadır. Buna göre Türkiye ekonomisinde "Wagner hipotezinin'' geçerli olmadığı sonucuna varılabilir.

Tablo 4: VECM Granger Nedensellik Testi Sonuçları

Değişkenler	**Kısa dönem nedenselliği (*F*-istatistiği)**	**Uzun dönem nedenselliği**	
Panel A	*ΔLKBRGDP=f(ΔLKBRKH)*	ECT_{t-1}	*t*-istatistiği
ΔLKBRKH	3.935 (0.032)	-0.350	-2.598 (0.015)
Tanısal Testler			
Breusch-Godfrey LM Testi	1.467 (0.237)		
ARCH LM Testi	0.267 (0.609)		
Panel B	*ΔLKBRKH=f(ΔLKBRGDP)*	ECT_{t-1}	*t*-istatistiği
ΔLKBRGDP	0.749 (0.482)	-0.182	-0.999
Tanısal Testler			
Breusch-Godfrey LM Testi	2.553 (0.122)		
ARCH LM Testi	0.003 (0.952)		

Not: Nedensellik analizi için sabitli model kullanılmıştır. Optimal gecikme uzunluğu SIC kriterine göre belirlenmiştir. Parantez içindeki değerler olasılık değerlerini gösterir.

6. SONUÇ

Kamu harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin Wagner ve Keynezyen yaklaşımlar çerçevesinde Türkiye ekonomisinde 1982-2015 dönemi zaman serileri ile analiz edildiği bu çalışma bazı önemli bulgulara ulaşmıştır. KPSS hem sabitli model hem de sabitli-trendli model sonuçlarına göre; %5 anlamlılık seviyesinde her iki değişkenin de düzey değerlerinde birim kök içerdiği, durağan olmadığı, birinci farkları alındığında durağanlaştığı görülmüştür. Bu durum değişkenlerin bütünleşme seviyelerinin *I*(1) olduğunu ortaya koyduğu gibi, değişkenlerin aynı seviyede durağan olmaları da Johansen-Juselius eşbütünleşme metodunun uygulanabilmesine imkân tanımıştır.

Değişkenler arasında bir uzun dönem ilişkisi yani eşbütünleşme ilişkisinin Johansen-Juselius metodu ile araştırılması için VAR modeli yardımıyla optimal gecikme uzunluğunun belirlenmesine geçilmiş, uygun gecikme uzunluğu 2 olarak belirlenmiştir. Johansen-Juselius testi sonuçları hem iz istatistiği hem de maksimum öz değer istatistiği değerinin %5 kritik değerden büyük olması nedeniyle kişi başına reel kamu harcamaları ile kişi başına reel GSYİH değişkenleri arasında bir uzun dönem denge ilişkisinin varlığını göstermiştir.

Vektör Hata Düzeltme Modeline dayalı Granger nedensellik testi bulgularına göre hem kısa dönemde hem de uzun dönemde kişi başına reel kamu harcamalarından kişi başına reel Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'ya doğru işleyen bir nedensellik ilişkisinin varlığı söz konusudur. Bu sonuç kısa ve uzun dönemde "Keynesyen hipotezin" Türkiye ekonomisinde ampirik açıdan geçerli olduğunu ispatlaması bakımından önem arz etmektedir. Vektör Hata Düzeltme Modeline dayalı Granger nedensellik testi bulgularına göre Türkiye ekonomisinde kişi başına reel GSYİH'dan kişi başına reel kamu harcamalarına doğru işleyen bir nedensellik ilişkisi söz konusu değildir. Bu sonuca göre Türkiye ekonomisinde "Wagner hipotezi" ampirik açıdan geçerli değildir.

Ampirik bulguların kişi başına reel kamu harcamalarından kişi başına reel GSYİH'ya doğru işleyen bir nedensellik ilişkisinin varlığını tespit etmesi kamu harcamalarının ekonomik büyümeyi belirleyen bir sürükleyici güç olduğunu ve ekonomik büyümenin temel unsurlarından birisi olduğunu ampirik açıdan göstermektedir. Bu çerçevede, Keynesyen Ekonomi Politikalarının Türkiye ekonomisinin gelişiminde önem arz ettiği söylenebilir. Hükümetin tüketim, yatırım, sağlık, savunma ve trensfer harcamaları GSYİH'nın büyümesinde etkili olmaktadır. Dolayısıyla GSYİH'yı büyütmek ve daha ileri bir ekonomik büyüme oranları yakalayabilmek amacıyla kamu harcamaların artırılması gerektiği önemli bir politika önerisi olarak belirtilebilir.

KAYNAKÇA

Abdiyeva, Raziye ve Çetintaş, Hakan (2017), Kamu Harcamaları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Kırgızistan Örneği, Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 4(1), ss: 19-33.

Ageli, Moosa (2013), Wagner's Law in Suudi Arabia 1970-2012: An Econometric Analysis, Asian Economic and Financial Review, 3(5), ss: 647-659.

Antonis, Antoniou (2013), Wagner's Law Verus Keynesian Hypothesis: Evidence From Pre-WWII Greece, Panaeconomicus, 60(4), ss: 457-472.

Arısoy, İbrahim (2005), Wagner ve Keynes Hipotezleri Çerçevesinde Türkiye'de Kamu Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(2), ss: 63-80.

Ay, Ahmet (2006), Türkiye'de Wagner Teorisi Üzerine VAR Analizi, Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 12, ss: 293-314.

Burney, Nadeem, A. (2002), Wagner's Hypothesis: Evidence From Kuwait Using Cointegration Tests, Applied Economics, 34(1), ss: 49-57.

Celepçioğlu, M.E. (2011), Kamu Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: Türkiye Örneği, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yükseklisans Tezi.

Diler, H.G. (2011), Kamu Harcamaları - Ekonomik Büyüme :Türkiye Ekonomisi Üzerine Bir Uygulama, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Fikir, Halit (2010), Türkiye'de Kamu Harcamaları ve İktisadi Büyüme Üzerine Etkisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Gül, Ekrem ve Yavuz, Hakan (2011), Türkiye'de Kamu Harcamaları ile Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisi: 1963-2008 Dönemi, Maliye Dergisi, 160, ss: 72-85.

Islam, Anisul, M. (2001), Wagner' s Law Revisited: Cointegration and Exogeneity Tests for the USA, Applied Economics Letters, 8, ss: 509-515.

Narayan, P.K., Prasad, A. and Singh, B. (2008), A Test Of The Wagner's Hypothesis For The Fiji Islands, Aplied Economics", 40(21), ss: 2793-2801.

Tuna, Kadir (2013), Türkiye'de Wagner Kanunu'nun Geçerliliğinin Test Edilmesi, İşletme ve İktisat Çalışma Dergisi, 1(3), ss: 54-57.

İllerdeki Sağlık Personeli Dağılımıyla Dengesiz Sığınmacı Yerleşimi Temelinde Sağlık Sektöründe Yaşanan Bölünmüş İş Piyasası Sorunu

Dr.Öğr.Üyesi Murat ÇİFTÇİ[1]

[1]Trakya Üniversite / İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, https://orcid.org/0000-0002-6277-6360; muratciftci@trakya.edu.tr

Özet: Bölünmüş iş piyasası, güçlü ve zayıf iki iş piyasasının bir arada olduğu iş piyasasını ifade etmekte olup, birincil iş piyasasında istihdam güvencesi yüksek, ikincil iş piyasasında ise istihdam güvencesi oldukça düşüktür. Sağlık sektöründe formel yapıya sahip birincil iş piyasasında kamu kesiminin ağırlığı ve özel kesimde de işgücü talebinin yüksekliği, söz konusu istihdam güvencesinin varlığını desteklemektedir. Suriyeli sığınmacıların yoğun olarak Türkiye'ye gelişleriyle de mevcut sağlık sektörü çalışanlarına alternatif olarak hizmet sunan, çalışma izninden yoksun ve enformel çalışma faaliyetinde bulunan Suriye kökenli hekim ve diğer sağlık meslek grubuyla karşılaşılmaktadır. Sağlık sektöründe ikincil iş piyasasının oluşumuna yol açan Suriyeli sağlık meslek grubunun faaliyetlerindeki olası sebepler arasında, sığınmacıların illere dağılımlarındaki dengesizlik de gösterilebilir. 2016 yılı verilerine göre Atkinson bölgesel eşitsizlik endeksine göre hesaplanan sosyal fayda oranları ise şöyledir: Ülke bütününde nüfusun illerde hizmet sunucusu sağlık personeline göre nüfusun dağılımının, sağlık personellerinden sağlanan sosyal faydada %97,9 ile %59,3 arasında değişmektedir. Hâlbuki Suriyeli sığınmacılarda sosyal fayda %13,6 ile %27,8 arasında değişmektedir. Dolayısıyla sağlık sektöründe birincil iş piyasasındaki işgücü arzına göre sığınmacı dağılımı çok dengesiz gerçekleştiğinden, oluşan ilave hizmet talebine cevap vermede özellikle yığılmanın fazla olduğu illerde zorlanılmaktadır. Bu da sığınmacıların, reçete yazma yetkisi dahi olmayan ve çalışma izninden yoksun enformel olarak faaliyette bulunan, temelde de sadece 1. basamak sağlık hizmeti verebilen Suriyeli hekim ve diğer sağlık personeline talep göstermelerine yol açmaktadır. Dernek kuruluşu yapıp, sözde derneklerde yasadışı faaliyette bulunmaları sebebiyle sürekli kapatılan söz konusu Suriyeli enformel sağlık çalışanlarının sağlık sektöründe ikincil bir iş piyasası oluşturdukları görülmektedir. Bu sorun, sığınmacıların kalış sürelerindeki artışla kronik bir hal alma riskini taşıdığı görülmektedir. Bu sebeple sağlık sektöründe bölünmüş iş piyasasının derinleşmesini engellemeye yönelik kamu politikalarının uygulanmasına acilen ihtiyaç mevcuttur.

Anahtar Kelimeler: Çalışma Sosyolojisi, Bölge Planlama, Sağlık Yönetimi, Sosyal Hizmet, Eşitsizlik İstatistiği.

1. Giriş

Sağlık hizmetlerinden yararlanma hakkı, yaşam hakkı gibi uluslararası ölçekte temel insan hakları arasında yer almaktadır. Sığınmacıların uluslararası normlar çerçevesinde konumu da, sığındıkları ülke vatandaşlarıyla sağlık hakkını da içinde barındıran sosyal güvenlik açısından, sığınılan ülke vatandaşlarıyla eşittir. Buna göre her ülke, sığınmacılara vatandaşlarına sunduğu sağlık hizmetlerinde eşit haklar tanımak zorundadır. Hukuki açıdan uluslararası geçerliliğe sahip olan bu kural, uygulamada çoğu zaman gerçekleştirilememektedir. Ülkeler vatandaşlarıyla sığınmacılar arasında bilinçli olarak ayrımcılık yapabilmektedir. Sistematik bir ayrımcılık politikasının yürütülmemesi durumunda dahi çoğu zaman vatandaşlarla eşit düzeyde sığınmacılara sağlık hizmet sunumu sağlanamayabilir. Çünkü genelde sığınmacılar, ülke içerisinde dengeli dağılım gösteremeyip, bazı bölgelerde yığılmaktadırlar. Bu durumdaysa ülkelerin imkânları, çoğuz mana belirli bölgelere yığılan sığınmacılara sağlık hizmeti sunmakta yetersiz kalmaktadır.

Türkiye, Nisan 2011'den bu yana Suriye'den gelen yoğun bir mülteci (sığınmacı) akınına maruz kalmış durumdadır. Resmi rakamlara göre Türkiye'ye sığınan Suriyeli sayısı 2016 yılında 2,8 milyonu aşmış durumdadır. Elbette aradan geçen süre düşünüldüğünde bu sayının giderek arttığı açıktır. Resmi rakamlarda güncelleme olana kadar, iller bazındaki Suriyeli sığınmacı dağılımını temel alarak ülke bütünü için 2,8 milyonluk kitleyi esas almak mümkündür.

Ülke nüfusu içerisinde ciddi bir ağırlığa ulaşan sığınmacıların Kilis gibi kimi illerde il nüfusu içerisinde Türk vatandaşlarının sayısal hacmini aşabildiği görülmektedir. Türkçe bilmeyen sığınmacılar çoğunluktadır. Dolayısıyla da sağlık hizmetlerinde resmi destek sınırlı kalabilmektedir. Bu noktada da formel sağlık hizmet sunucularının yanı sıra enformel sağlık hizmet sunucularının da faaliyette bulunmasını sağlayacak ortam oluşmaktadır.

Dual ekonomi perspektifiyle ele alınan iş piyasası analizlerinde, istihdam edilenlerin birincil ve ikincil iş piyasası oluşumunu eş zamanlı olarak desteklemesi söz konusudur. Birincil iş piyasasında iş güvencesinin ve çalışma şartlarının genel olarak oldukça iyi olduğu bir yapı mevcutken, ikincil iş piyasasında istihdam edilenler çoğu kez iş güvencesinden yoksun olup çalışma şartları da oldukça zorludur. Bu noktada sağlık hizmet sunucusu

personelin Suriyeli sığınmacılara sunmakta oldukları sağlık hizmetlerinde de ikili bir iş piyasasının oluşumu sorunuyla karşılaşılmaktadır.

Türk sağlık iş piyasasındaki ikili yapı, Türk ve Suriyeli sağlık personellerinin formel ve enformel olarak gerçekleştirdikleri hizmet sunumları ile gerçekleşmektedir. Ağırlıklı olarak formel iş piyasasında istihdam olunanlar Türk, enformel iş piyasasında istihdam olunanlarsa kaçak çalışan Suriyeli sağlık personellerinden oluşmaktadır. Bu çalışmada odaklanılan konu da söz konusu ikili iş piyasasının oluşumda sığınmacıların illere dengesiz yığılmalarıyla Türk sağlık personelinden sağladıkları sosyal fayda da yaşanan kaybın şiddetinin tespitidir.

2. Türkiye'de Suriyeli Sığınmacıların Sağlık Hizmet Talebi ve Suriyeli Sağlık Personellerinin Enformel İstihdamı

Türkiye'de Suriyeli sığınmacıların geçici kimlik kartı almaları veya başvuruda bulunmuş olmaları şartıyla tamamının bütün sağlık birimlerinden bedelsiz yararlanmasına ilişkin karar 09.09.2013 tarihinden itibaren alınarak uygulamaya konulmuştur. Bu tarihten sonra acil sağlık hizmetleri ve poliklinik hizmetlerinde Suriyeli sığınmacıların başvuru sayısında artışın yaşanmasına karşılık sağlık kurumlarının tıbbi destek birimlerine başvurularında ise azalma yaşanmıştır. Bu arada 2015 yılı içerisinde sevk zincirinin uygulamaya konulmasına karşılık, kısa süre içerisinde söz konusu uygulamanın ertelemesine gidildiği de görülmektedir. Aynı zamanda aile sağlığı merkezlerinde oluşan yığılmalar da talebin karşılanmasını güçleştirmiştir (Aydın vd. 2017: 8-9). Sınır illerdeki devlet hastanelerinde sunulan hizmetlerin %30-40'ının Suriyelilere sunulduğu vurgulanmaktadır (Gürbüz, 2017: 481). Ayrıca özellikle kampların dışında yaşayan çoğunluğun, sağlık hizmetlerine erişimlerinde güçlükle karşılaştıkları görülmektedir (Yavuz, 2015: 276). Yaşanan yığılma, mültecilere her türlü desteğin sunulmasına karşılık yetersiz kalınmasını da beraberinde getirmektedir.

Suriyeli hekimlerin on beş bininin bu süreçte Suriye dışına çıktığı rapor edilmiştir (Köyüstü, 2018: 394). Mültecilerin yarıdan fazlası Türkiye'de olduğuna göre hekimlerde de ciddi yığılmanın olacağı açıktır. Nitekim mülteciler, Suriyeli sağlık personelinin evlerinde verdikleri sağlık hizmetlerine talep gösterdikleri görülmektedir (Aydın vd. 2017: 6). Suriyeli sağlık personelinin verdiği sağlık hizmetleri uzun yıllar boyunca yasal zeminden yoksun şekilde gerçekleşmiş olup, günümüzde de büyük ağırlığını sürdürmeye devam etmektedir. Kadın doğum uzmanı gibi faaliyet gösteren bir Suriyeli'nin ihbar üzerine mekânının emniyet görevlileriyle birlikte denetime tabi tutulup araç-gereçlerine el koyulmasının raporlanması, çok sayıdaki örnekten sadece birisidir (Aslan, 2016: 140).

Enformel olarak faaliyet gösteren Suriyeli sağlık personelinin birincil iş piyasasında istihdamına yönelik çeşitli girişimlerde bulunulmak zorunda kalınmıştır. Bu kapsamda göçmen sağlık merkezlerinin tesisi konuyla ilgili oldukça önemli bir adım olarak karşımıza çıkmaktadır. AB hibe desteğiyle göçmen sağlık merkezleri ülke genelinde süratle yayılmaktadır. Gelinen noktada 17 vilayette 175 Göçmen Sağlığı Merkezi 2016 yılı itibarıyla faaliyete başlamıştır. Göçmen sağlık merkezlerinde 1500 Suriyeli hekim ve hemşirenin hizmet vermesi planlanmıştır (AB Türkiye Delegasyonu, https://www.avrupa.info.tr/tr/pr/turkiyede-ab-finansmanli-en-buyuk-saglik-projesi-sihhat-kapsamindaki-multeciler-icin-gocmen, Erişim Tarihi: 03.09.2018; Gültaç ve Balçık, 2018: 196).

3. Uygulama

3.1. Veri Tasarımı ve Yöntem

Çalışmada kullanılan verilerden illere göre Suriyeli sığınmacıların sayıları Göç İdaresi'nce hazırlanıp yayımlanan 2016 yılı göç raporundan, yine 2016 yılı itibarıyla sağlık personelinin illere göre sayısal hacmiyse Sağlık Bakanlığının 2016 yılı istatistik yıllığından derlenmiştir.

Çalışmada kullanılan istatistik yöntem Atkinson eşitsizlik endeksi yaklaşımıdır. Atkinson eşitsizlik endeksi 1970'de Anthony B. Atkinson tarafından türetilen ve gini endeksi gibi 0 ile 1 arasında değer alan bir katsayıdır. Endeks değerinin 0 olması, dağılımına bakılan değerin tek elde toplandığını, 1 olması durumuysa eşit dağılımın gerçekleştiğini tanımlamaktadır. Gini endeksinde ayrılan en önemli yanı ise, toplumun dağılımı gerçekleşen değeri mevcudun yüzde kaçı düzeyinde hissettiğini, mevcut değerin aslında ne kadar hissedildiğini, yine buna dayanarak da hissedilmeyen kısmın hacmini/sayısını hesaplama imkanı sağlamasından kaynaklanmaktadır. Atkinson endeks katsayısı, aşağıdaki denklemdeki gibi hesaplanmaktadır:

$$A_{(\Omega)} = 1 - \left[\frac{P_i}{P} \times \sum_{i=1}^{n} \frac{L_i/L_i}{\bar{L}/\bar{P}}\right]^{\frac{1}{1-\Omega}} \quad eğer\ \Omega \neq 1 \qquad [1]$$

Denklemde $A_{(\Omega)}$ Atkinson eşitsizlik endeksini; Ω genelde 2 değeri verilen duyarlılık katsayısını L_i, i bölgesindeki sağlık personeli sayısını; P_i, i bölgesindeki Suriyeli sayısını tanımlamaktadır. $\bar{L}$ toplam sağlık personel sayısının bölgesel birim sayısına bölünmesiyle elde edilen ağırlıksız ortalamayı, $\bar{P}$ Suriyeli sığınmacı toplamının bölgesel birim sayısına bölünmesiyle elde edilen ağırlıksız ortalamayı ifade etmektedir. Endeks katsayısı 100 ile çarpılırsa yüzde cinsinden sosyal refah oranını, (1-$A_{(\Omega)}$) ×100 ise sosyal refah kaybı oranını hesaplamakta kullanılmaktadır (Bkz. Çiftçi, 2010).

3.2. Bulgular

Uygulama kapsamında dokuz farklı sağlık personeli türüne göre iller arasındaki nüfusa göre yaşanan dağılıma dayanan endeks katsayı değerleri, sosyal fayda ve fayda kaybı oranları hesaplanmıştır. Suriyeli sığınmacıların 81 ilin her birisine dengeli dağılmamış olmaları sebebiyle, bulundukları illerdeki Türk sağlık personelinden faydalanma olanakları sınırlanarak nüfus bütününe göre ciddi sosyal fayda kayıplarının oluşumuyla karşılaşılmaktadır. Buna göre tüm hekimlerden elde edilen sosyal fayda nüfus bütünü için %92'ye ulaşmaktayken, Suriyeli sığınmacılara göre bakıldığında sosyal fayda oranının %18,6'ya kadar gerilediği görülmektedir. Dolayısıyla nüfus bütünündeki sosyal fayda kaybı %8 ile sınırlıyken Suriyeli sığınmacılarda bu oran %81,4'e kadar çıkmakta olup, bunun anlamıysa mevcut Türk hekim varlığının %81,4'ünü hissedemedikleridir. Bu durum pratisyen hekimlere göre biraz düzelme gösterse de hissedilen pratisyen hekim varlığı %27,8'e ancak ulaşabilmektedir. Hâlbuki bu oran nüfus bütününde %97,9'dur. Hemşire, sağlık memuru, ebe, eczacılardaysa %20 civarında bir sosyal fayda sağlanması durumu mevcuttur. Hâlbuki bu oran nüfus bütünü açısından hemşirelerde %95'i aşmakta olup en düşük sosyal faydanın sağlandığı yardımcı sağlık personelini oluşturan ebelerde dahi %88,6'ya ulaşmaktadır. Diş hekimlerinden sağlanan sosyal fayda oranıysa Suriyeli sığınmacılar için %13,6 iken nüfusa göre %80,8' ulaşmaktadır (Bkz. Tablo 1).

Tablo 1: Ülke Nüfusu ve Suriyeli Sığınmacıların İllerdeki Sağlık Personelinden Sağladıkları Sosyal Fayda (2016, % Olarak)

Sağlık Personel Türleri	Suriyeli Sığınmacılar			Ülke Nüfusu		
	Katsayı	Fayda (%)	Fayda Kaybı (%)	Katsayı	Fayda (%)	Fayda Kaybı (%)
Toplam hekim	0,814	18,6	81,4	0,080	92,0	8,0
Uzman hekim	0,844	15,6	84,4	0,143	85,7	14,3
Pratisyen hekim	0,722	27,8	72,2	0,021	97,9	2,1
Asistan hekim	0,864	13,6	86,4	0,407	59,3	40,7
Diş Hekimi	0,864	13,6	86,4	0,192	80,8	19,2
Hemşire	0,798	20,2	79,8	0,045	95,5	4,5
Sağlık memuru	0,795	20,5	79,5	0,100	90,0	10,0
Ebe	0,800	20,0	80,0	0,114	88,6	11,4
Eczacı	0,799	20,1	79,9	0,073	92,7	7,3

4. Tartışma ve Sonuç

Yapılan istatistik uygulamada da görüleceği üzere Suriyeli sığınmacıların belli illerde yığılmaları neticesinde, ülke bütününe göre sağlık hizmet sunucusu personelden yeterince faydalanmaları imkânı sınırlanmaktadır. Oluşan yığılma, mevcut sağlık personelinin talebe cevap verebilirliğini önemli ölçüde sınırlanmakta olup, bu durum da formel istihdama konu olan Sağlık Bakanlığı'na bağlı çalışan sağlık personelinin dışında enformel olarak faaliyet gösteren Suriye kökenli ve çalışma izni bulunmayan enformel sağlık personellerine yönelinmesini beraberinde getirmektedir. Artık Suriyeli sığınmacılar, bir ülke gerçeği olarak Türkiye nüfusunun kalıcı parçaları konumunda değerlendirilmektedirler. Bu sebeple hem enformel istihdamın sınırlandırılması, hem de Suriyeli sığınmacıların sağlık hizmetlerinden daha etkin şekilde yararlanmaları için enformel istihdama konu olan sığınmacı kökenli sağlık personelinin Türkiye standartlarında hizmet sunumu gerçekleştirmesine imkan tanıma ihtiyacı mevcuttur. Bu noktada da göçmen sağlık merkezlerinin açılarak faaliyete geçirilmesi, oldukça önemli bir dönüm noktası

özelliği göstermektedir. Burada çalıştırılan geçmişin enformel istihdama konu olan sığınmacı sağlık personelinin hizmet sunumu imkanı oluşturulmakta, fakat sığınmacılar dışındakilere hizmet sunumu imkanı verilmemektedir. Böylece de hem mevcut enformel yapı kırılmakta, ama formel-enformel ayrımına dayalı ikili iş piyasası yapısı, Türk-Suriyeli ayrımında sürdürülmektedir. Somutlamak gerekirse Türk hekim hem Türk vatandaşına hem de Suriyeli sığınmacıya sağlık hizmeti verebilirken, Suriyeli sığınmacı hekimin faaliyet alanı göçmen sağlık merkeziyle sınırlandırıldığından uygulamada sadece sığınmacılara hizmet sunumunda bulunabilmektedir.

Fiilen sağlık iş piyasasında birincil ve ikincil iş piyasası son yedi senedir mevcuttur. Yeni getirilen düzenlemeler ve göçmen sağlık merkezlerinin kuruluşu, ikincil sağlık iş piyasasının düzenlenmesini ve enformel yapısını formel yapıya dönüştürmeyi amaçlamıştır. Buna karşılık birincil iş piyasası içerisine dâhil edilmeyle ilgili bir tasarruf mevcut değildir. Dolayısıyla da sağlık iş piyasasında en azından uzunca bir süre daha dual iş piyasası yapısının süreceğini savunmak mümkündür.

Kaynaklar

AB Türkiye Delegasyonu, https://www.avrupa.info.tr/tr/pr/turkiyede-ab-finansmanli-en-buyuk-saglik-projesi-sihhat-kapsamindaki-multeciler-icin-gocmen, Erişim Tarihi: 03.09.2018

Aslan, Cahit (2016). Suriyeli Sığınmacıların Kurumsal Muhatapları: Adana Örneği. Çukurova Araştırmaları Dergisi. 2(2): 130-157.

Aydın, Bayram, Yeliz Leblebici, Mehmet Taşkın Egici, Güven Bektemur "Geçici Sığınmacıların Sağlık Hizmetlerinden Yararlanmasında Yaşanan Sorunlar Ve Çözüm Önerileri (İstanbul Beyoğlu Kamu Hastaneleri Birliği Örneği) Geçici Sığınmacıların Sağlık Hizmetlerinden Yararlanmasında Yaşanan Sorunlar Ve Çözüm Önerileri (İstanbul Beyoğlu Kamu Hastaneleri Birliği Örneği)", s. 4-13, 2. Dünya Müslüman Sağlık Toplulukları Kongresi Bildiriler Kitabı (28 Kasım-2Aralık 2017 İstanbul), Sağlık Bakanlığı ve Sağlık Der yayınları.

Çiftçi, M. (2010). Türkiye'de 60 Yaş ve Üstü Nüfusun Sağlık Hizmetlerinin Bölgesel Dağılımından Sağladıkları Sosyal Fayda Düzeyleri. Turkish Journal of Geriatrics, 13(4): 252-260.

Gültaç, Aylin Sinem ve Pınar Yalçın Balçık (2018). Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Sağlık Politikaları. Sakarya Tıp Dergisi. 8(2): 193-204

Gürbüz, Salih, ve Özlem Duğan. "Sığınmacılarda Sağlık İletişimi: Suriyeli Öğretmenler Üzerine Bir Çalışma." Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi 64: 479-490.

Köyüstü, Sevda ve S. Pınar Mehel Tutuk (2018). Suriyeli Mültecilerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Bunun Türkiye'ye Yansımaları. Atlas International Referred Journal on Social Sciences, 4(9): 388-402.

T.C. İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü (2017). 2016 Türkiye Göç Raporu, Ankara.

T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Araştırmaları Genel Müdürlüğü (2017). Sağlık İstatistikleri Yıllığı 2016, Ankara.

Yavuz, Ömer (2015). Türkiye'deki Suriyeli Mültecilere Yapılan Sağlık Yardımlarının Yasal ve Etik Temelleri. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12(30): 265-280.

Refah Devleti Uygulamaları: Almanya- Japonya Ve Türkiye

Doç. Dr. Mustafa HATİPLER [1] Nur KESKİN[2]

[1]Trakya Ünv. Edirne Sosyal Bilimler MYO, mustafahatipler@gmail.com

[2]Trakya Ünv. Sosyal Bilimler Enst. Maliye Ana Bilim Dalı, nurmkskn@gmail.com

Özet: Refah devleti, bireylerin refah düzeylerini korumayı ve toplumun refah standartlarını yükseltmeyi amaçlayan bir devlet ve uygulama modelidir. Refah devleti kapsamında, toplumsal refahın en üst seviyeye çıkarılması için devlet; ekonomik, toplumsal ve siyasi hayata müdahale etmektedir. Bu müdahale ile devlet, kimi zaman yeniden dağıtıcı kimi zaman da girişimci bir yapıya dönüşmektedir.

Refah devleti, 1970'lerde yaşanan petrol krizlerine kadar geçen sürede altın çağını yaşamıştır. Yaşanan petrol krizleri sonrasında gelen ekonomik durgunluk, ülkelerin refah uygulamalarının da yeni bir sürece girmesine yol açmıştır. Bu yeni süreç, 1980'lerden bu yana özellikle sosyal yardım ve sosyal hizmet gibi çeşitli refah uygulamaları ile kendini göstermiştir. Bu bağlamda ülkelerin refah uygulamaları başka boyutlarla yeniden önem kazanmıştır. Bu değişiklik, ülkelerin ekonomik, siyasi, toplumsal ve tarihsel gelişmişliklerini de etkilemiştir. Bu etkinlik nedeniyle, ülkeler arası refah seviyesi ve refah uygulamaları değişmiştir.

Bu çalışmada, refah gelişmişlikleri farklı olan Almanya, Japonya ve Türkiye ayrı ayrı olarak ele alınmıştır. Bu ülkelerin refah devleti uygulamaları incelenmiştir. Çalışma, üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde, Refah devleti kavramı ele alınmış, ikinci bölümünde ise Almanya, Japonya ve Türkiye'nin refah devleti uygulamaları incelenmiştir. Çalışmanın son bölümünde ise Almanya, Japonya ve Türkiye'nin refah devleti uygulamaları karşılaştırılması yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Refah devleti, sosyal yardım, sosyal hizmet

GİRİŞ

Refah devleti, bireylerin sosyo-ekonomik yaşam koşullarının iyileştirilmesi amacıyla topluma müdahale eden devlettir. Günümüz toplumlarında küreselleşmenin de etkisiyle zengin ve fakir arasındaki fark giderek büyümüştür. Zengin ve fakir arasındaki gelir dağılımında adalet bozulmakta ve bireylerin yaşam şartları zengin lehine değişmektedir. Devlet böyle bir ortamda bireyler arasında dengeyi kurmak ve vatandaşlarının refahlarını maksimize etmek amacıyla sosyo- ekonomik alana müdahale etmek durumunda kalmaktadır.

Devletler başlıca eğitim, sağlık ve sosyal güvenlik olmak üzere daha birçok alana refah devlet kapsamında müdahalede bulunmaktadır. Tabiri caizse halk arasında bir Robin Hood gibi zengin ve fakir arasında dengeyi kurmaktadır. Ancak şunu belirtmek gerekir ki devlet, iki kesim arasındaki dengeyi kurmalı ve bir kesimin refahını iyileştirirken diğer bireylerin refahını bozmamalıdır.

Refah devleti uygulamaları, ülkeden ülkeye ve dönemden döneme farklılık göstermektedir. Her ülkenin toplum yapısı, ekonomik gelişmişliği farklılık göstereceği gibi refah uygulamaları da farklılaşmaktadır. Çalışmamızda Almanya, Japonya ve Türkiye'nin refah uygulamalarına yer verilmiş olup aşağıda konu daha detaylı anlatılacaktır.

1. REFAH DEVLETİNİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

Refah ve devlet kavramları, XX. yüzyıldan önceki dönemlerde ve XX. yüzyılında bir kesiminde bir arada kullanılmamıştır. Özellikle 1945-1980 dönemi arasında refah ve devlet kavramları arasında denge oluşturulmuştur ve bu kavramlar yaygınlaşmıştır (Erdal, 2012: 18). Refah devleti diğer bir adıyla sosyal devlet, sosyal refahın topluma en etkin bir şekilde sunulabilmesi için devletin ekonomiye müdahale ettiği devlet anlayışı olarak karşımıza çıkmaktadır (Aktan, 2011: 200).

Refah devleti, bireylere nakdi yardım sağlamak, konut hizmeti sunmak gibi vatandaşa belirli bir gelecek güvencesi sağlayan ve bireylerin temel sosyal hizmetlerden yararlanmasına imkân tanımaktadır. Bu bağlamda devlet müdahalesi ile bireyler arasında var olan gelir dağılımı adaletsizliği, işsizlik gibi konulara müdahalede bulunarak denge kurmak istemektedir (Aktan ve Özkıvrak, 2008: 3).

Refah devletinde devletin sorumluluk alanı oldukça geniştir. Bireylerin geleceklerinin güvence altına alınması için gerekli olan geliri arttıran ve yoksullukla mücadele etmek ve bireylere sosyal hizmetler sağlamak gibi görevleri vardır. Bu bağlamda geliri toplumun üst gruplarından alıp güvence altına alınmış olan bireylere

aktarmaktadır. Güvence altına alınmış bu bireylere örnek olarak; hasta, yaşlı, özürlü, işsiz ve yoksul bireyler gösterilmektedir. Devlet, geliri yüksek olandan az olana aktararak gelir dağılımında adaleti sağlamak ve bireylerin daha iyi sosyal şartlara sahip olmasını amaçlamaktadır (Gökbunar, Özdemir ve Uğur, 2008: 158-159).

1.1.Refah Devletinin Gelişimi

Refah devletinin gelişimi çerçevesinde bu çalışmada, 1929 Dünya Ekonomik Buhranı döneminde refah devleti ve bunalım sonucunda gelişen ve refah devletin 'altın çağı' diye tabir edilen Keynesyen dönem ve 1970'li yılların sonlarında meydana gelen Petrol Şokları neticesinde dünya ekonomisinin krize girmesi ve artan küreselleşme hareketinin etkisiyle birlikte refah devletinde kriz dönemi incelenecektir.

1.1.1. Klasik dönemde refah devleti

Refah devleti, liberal devlet ve sosyalist devlet arasında bir seçenek olarak ortaya çıkmıştır ve bir bakıma denge görevini üstlenmektedir. Modern anlamda ortaya çıkan refah devleti, 1929 Dünya Ekonomik Buhranı sonucunda liberal devletin başarısız olarak addedilmesi ve bunalımdan çıkabilmek adına devletin ekonomiye müdahale etmesi gerekliliği düşüncesine dayandırılmaktadır. Bunalım döneminde Amerika Birleşik Devleti (ABD)'de yaygınlaşan işsizlik ve buna bağlı olarak yoksulluk oranlarındaki artış bireylerin refahlarının düşmesine neden olmuştur. Bu durumu ortadan kaldırmak için ekonomide istihdam politikalarına ağırlık veren bir Keynesyen ekonomi sistemine geçilmesine ihtiyaç duyulmuştur (www.sosyalsiyaset.net).

1.1.2. Refah devletinin altın çağı

Refah devleti II. Dünya Savaşı'ndan sonra zirve yapmış ve 1973 petrol krizleri neticesinde meydana gelen durgunluk dönemine kadar 'altın çağını' yaşamıştır (Erdal, 2012: 76). Bu dönemde birçok yasa yürürlüğe girmiş ve ülkeler refah devletinin altın çağının nimetlerinden yararlanmışlardır. 1919 yılında Almanya'da yürürlüğe giren Weimar Anayasası sağlık, çalışma, aile ve meslek gruplarının haklarını güvence altına almıştır. Bu yasa diğer ülkelerin de refah uygulamaları kapsamında başvuracakları önemli bir yol gösterici olmuştur. *"Ekonomik hayatın adalet esaslarına göre ve herkese insanlığına yaraşır bir şekilde düzenlenmesi"* maddesi Weimar Anayasasında açıkça dile getirilmiş ve refah devletinin altın çağıyla birlikte 1947 İtalya Anayasası, 1949 Almanya Anayasası ve 1958 Fransa Anayasası tarafından da bu ilke benimsenmiştir. Böylece diğer ülkeler de refah devleti uygulamalarına anayasalarında yer vermişler ve refah devleti altın çağına kavuşmuştur (Kurşun ve Rakıcı, 2016: 138-139).

1.1.3. 1970'ten günümüze refah devleti

Refah devleti, II. Dünya Savaşı sonrasında büyük ivme kazanmış ancak 1970'lerde meydana gelen petrol krizleri sebebi ile popülerliğini yitirmiştir. 1968-1973 yılları arasında Japonya, ABD ve Batı Avrupa ülkelerinde kar oranları azalmaya başlamış ve bu dönemde Avrupa'da işçi grevleri yaşanmıştır. Akabinde 1974-1979'da meydana gelen Petrol Krizleri nedeniyle devletin ekonomide etkisi zayıflamış ve refah devleti "altın çağ" imajını kaybetmiştir (Kurşun ve Rakıcı, 2016: 139).

Refah devletinin altın çağ imajını kaybetmesi, ülkelerin refah uygulamalarına hiç yer vermediği anlamasına gelmemelidir. Aşağıda, seçilen üç ülke olarak Almanya, Japonya ve Türkiye'nin refah devlet kapsamında yapmış olduğu uygulamalar çok genel olarak incelenmiştir.

2.ALMANYA JAPONYA VE TÜRKİYE'DE REFAH DEVLETİ UYGULAMALARI

Devletlerin topluma sunduğu refahın ifade edilmesinde ve ülkelerin refah seviyelerinin ölçülmesinde refah uygulamaları önemli bir görev üstlenmektedir. Refah uygulamalarının şekillenmesinin genellikle sosyal yardım ve sosyal hizmet alanlarında olduğunu belirtmek gereklidir.

Devletler, birey ve toplumun refahını sağlayabilmek için çeşitli refah uygulamalarına yönelmektedir. Ancak dikkat edilmesi gereken nokta ise; refah uygulamaları, toplumsal, siyasal, ekonomik değişkenler sebebiyle ülkeler arasında birbirinden farklılaşmaktadır (Toprak, 2015: 153). Aşağıda yer alan Tablo 1'de çeşitli ülkelerin belirli alanlardaki ülke refah sıralamaları belirtilmiştir.

Tablo 1: 2017 Dünya Refah Sıralaması

Refah Sırası	Ülkeler	Ekonomi	Girişimcilik ve Fırsatlar	Yönetim	Eğitim	Sağlık	Güvenlik	Kişisel Özgürlük	Sosyal Sermaye
88	**Türkiye**	55	91	70	80	53	133	105	96
11	**Almanya**	9	12	12	15	12	16	17	17
23	**Japonya**	23	22	18	18	4	4	46	101
18	**ABD**	10	1	20	7	30	60	28	9
1	**Norveç**	8	8	2	4	7	3	8	5
90	**Çin**	32	49	122	38	44	63	139	139
49	**Yunanistan**	83	72	53	71	42	46	72	89
5	**İsveç**	1	13	4	14	6	13	12	19
51	**Bulgaristan**	65	80	71	41	79	40	65	110
101	**Rusya**	70	85	115	26	102	109	143	130

Kaynak: 2017 Legatum Prosperity İndex, Legatum İnstitute, (www.prosperity.com)

Yukarıda yer alan Tablo 1.'de seçilen bazı ülkelerin 2017 yılı itibariyle refah seviyeleri gösterilmiştir. Tablo 1. incelendiği takdirde, Norveç ve İsveç gibi İskandinav ülkelerinin refah seviyeleri en gelişmiş ülkelerden olduğu görülecektir. Bulgaristan, Japonya, ABD, Yunanistan gibi ülkelerde de refah seviyeleri genel itibariyle yüksektir. Refah devlet uygulamalarında önemli bir ölçüt olan Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) oranlarından ülkelerin refahı arttıracak sosyal harcamalara önem verdiği görülmektedir. Türkiye ise, refah seviyesi bakımından 2017 yılında 88. sırada yer almış ve yapılan değerlendirme kapsamında en büyük gelişmişliğin ekonomi alanında olduğu gözlemlenmiştir.

Refah devletinin temel hedefleri; sağlık, belirli bir yaşa kadar eğitim imkânı, bireylerin asgari düzeyde gelir elde edebilmesi ve belirli bir sosyal güvenlik düzeyine erişebilmektir. Ancak ihtiyaç ve isteklerin çeşitlenmesi, refah devletinin ana hedeflerine yeni uygulamaların eklenmesinin yolunu açmıştır. Bu çerçevede; "*yoksulluğun ortadan kaldırılması, gelir eşitsizliğinin giderilmesi, sosyal bütünleşmenin sağlanması ve toplumsal katılımın yaygınlaştırılması"* refah devletinin üstlendiği yeni hedeflerdendir (Toprak, 2015: 154).

Refah devleti uygulamaları, sosyal hizmet ve sosyal yardım uygulamaları üzerinde şekillenmiştir ve yapılan bu çalışmada da ele alınan Almanya, Japonya ve Türkiye'de refah uygulamaları bu kapsamda şekillenmiştir.

2.1. Almanya Refah Devleti Uygulaması

Refah devleti kapsamında sosyal politikalara öncü niteliği taşıyan göstergeler ilk olarak Almanya'da iş kazaları konusunda ele alınmıştır. Bu çerçevede 1883-1889 yılları arasında üç yasa kabul edilerek sosyal politikalar genişletilmiştir. Kabul edilen bu yasalar: 'Hastalık Sigortası Yasası, İş kazaları Yasası ve Yaşlılık- Malullük Sigortasıdır.' Bu üç yasa 1911 tarihinde Sosyal Sigortalar Kanunu kapsamında kanunlaştırılmıştır (Durdu,2009: 45-46).

Almanya'da sosyal refahı arttırılması için gerekli politikalar pek çok kurum tarafından uygulanmaktadır. Refah politikalarının belirlenmesinde Buntestag ve Bundesrat meclisleri ön plana çıkmaktadır. Buntestag ve Bundesrat meclisleri, ülkedeki istihdam ve sosyal güvenlik, aile, sağlık ve gelir politikalarını belirlemekte ve bu politikaları yürütmektedir. Almanya'da refah arttırıcı uygulamalar yerel yönetimlerce uygulanmaktadır. Yerel yönetimlerin, refah uygulamaları kapsamındaki yetkilerine; adil gelir dağılımı için sosyal yardım yapmak ve yerel düzeydeki sağlık kuruluşları ve çocuk bakımı girmektedir. (Kurşun ve Rakıcı, 144).

Almanya'da sosyal yardım hizmetleri vatandaşların yasal hakkı olarak bireye sunulmaktadır. Devlet tarafından bu hakkın bireylere yasal olarak sunulması Almanya'nın sosyal bir devlet olduğunu gözler önüne sermektedir (Çalık, 2016: 15).

Almanya'da refah uygulamaları kapsamında emeklilik sistemi gelişmiş olmakla birlikte bunun yanında yaşlılara yönelik uygulamalar da ön plana çıkmıştır ve refah uygulamaları daha çok bu kapsamda şekillenmiştir.

Almanya Sosyal Yardım Kanunu'na göre "*hastalık veya sakatlıktan dolayı yardım ve bakım görmeksizin hayatını idame ettiremeyen"* kişiler, bakıma muhtaç kişiler olarak belirtilmiştir. 1995'ten beri Bakım Sigortası Kanunda muhtaçlık kavramına yer verilmektedir. Bu kapsamda muhtaçlar, *"bedenen, aklen veya ruhen hasta ya da özürlü olmalarından dolayı, hayatlarını kendi başlarına yönetemeyen ve günlük basit işlerini yerine getiremeyen, dolayısıyla başkalarına muhtaç olanlardır"* (Taşçı, 2010: 189). Bu çerçevede yaşlılar ve bakıma muhtaçlar için yapılan refah uygulamaları, ülkenin refah seviyesinin arttırılması konusunda yapılan önemli çalışmalardır.

Almanya'nın refah devleti bakımından öne çıkan ve diğer Avrupa ülkelerinden ayırt edilmesinde etkili olan özellik; ailenin refah aracı olarak sahip olduğu önemdir. Almanya'da aile merkezli uygulamalar kanun ve yönetmeliklerde sıkça karşımıza çıkmaktadır (Kurşun ve Rakıcı: 2016: 145).

Refah devleti uygulamalarının aile merkezli yapısı hakkındaki önemli göstergelerden biri de ebeveynlerin çocukları üzerindeki maddi yükümlülüklerinin devam etmesi ve çocukların erişkin bireyler olması sonrasında da genellikle ebeveynlerin yanında hayatlarını idame ettirmeleridir. Refah devleti statüsündeki bir devletin aileye yapmış olduğu refahı arttırıcı katkılara örnek olarak; vergi kolaylıkları, para ve eşya olarak yapılan destekler, çocuk yardımı ve çocuk bakımı için işinden izne ayrılan ebeveyninin bu izin sürelerinin emeklilik yaşına eklenmesi ve bakım için aileye 14 ay boyunca yapılan destekler gösterilebilir (Kurşun ve Rakıcı, 2016: 145).

2.2. Japonya'da Refah Devleti Uygulaması

II. Dünya Savaşı'ndan sonra Japonya ekonomik kalınma sürecinde hızlanmış ve dünyanın en gelişmiş ülkeleri arasında yerini almıştır. Japonya'da bu ekonomik gelişmişliğin yanı sıra, sosyal değişimler de yaşanmıştır. Ülkenin demografik yapısı da bir değişim sürecine girmiş ve doğum oranları ve genç nüfus azalmıştır. Buna duruma göre Japonya'da yaşlı nüfusun artış gösterdiği söylenebilmektedir (Erol, 2013: 50).

Japonya'da yaşlı nüfus oranının artmasına paralel olarak, refah politikalarının içinde yaygın olanlar kamu emeklilik sigortası, bakım sigortası ve sağlık sigortası olmuştur. Japonya'da kanunen belirlenen emeklilik yaşı ile bireylerin yaşam süreleri arasındaki farkın büyümesi, yaşlılara ayrılan sosyal güvenlik harcamalarının payının da artmasına sebep olmuştur. Bu durum sonucunda sosyal güvenlik harcamalarının genel bütçe içindeki payı da artmıştır; ki bu da önemli bir finansman gerektirmektedir. Bu bağlamda refah politikalar kapsamında, ülkede emeklilik yaşının kademeli bir şekilde yükseltilmesini savunmuşlardır (Erol, 2013: 50).

2.3. Türkiye'de Refah Devleti Uygulaması

Türkiye'de refah devleti anlayışına ilişkin hükümler, ilk olarak 1924 Anayasası'nda, görev ve sorumlulukları açıkça belirtilmemiş olsa da yer bulmuştur. Ancak 1924 Anayasası'nda görev ve sorumluluklar belirtilmemiş de olsa 80. ve 87. maddelerde eğitim ve öğretimin parasız yapılmasına dair hukuki düzenlemeler mevcuttur. Refah devletinin Türkiye'de kanuni olarak gelişimi 1961 ve 1982 anayasalarında sosyal devlet prensipleri çerçevesinde belirtilmiştir. 1961 ve 1982 anayasalarında sosyal devlet (refah devlet) prensipleri anayasal güvenceye kavuşturulmuştur (Kantarcı, 2003: 76).

Türkiye'de refah devlet kapsamında yapılan uygulamalar genel olarak; eğitim, sağlık, sosyal güvenlik alanlarında yaşanmaktadır. Türkiye'de yoksullukla mücadeleye yönelik sosyal güvenlik sisteminin önemli rolü olduğu ifade edilmektedir (Kurşun ve Rakıcı, 2016: 150). Sosyal güvenlik sistemi ifade edildiğinde Türkiye'de ön plana çıkan uygulama olarak yaşlılık sigortası ya da emeklilik sigortası düşünülmektedir. Sosyal güvenlik sistemine göre; bireyler belirli bir süre çalıştıktan sonra emekliliğe hak kazanırlar ve emekliliğe hak kazanmalarına bağlı olarak bu bireyler yaşlılık dönemlerinde bir sosyal güvenceye gereksinim duymaktadırlar. Devlet, bireylerin emeklilik dönemlerinde yaşamlarını refah içinde idame ettirebilmeleri ve gelirlerinde bir güvence olması adına emeklilik sigortasını uygulamaktadır (Taşçı, 2010: 184).

Türkiye'de refah uygulamaları kapsamında, sosyal yardımlar da büyük bir öneme sahiptir. Bu kapsamda; ödeme gücü olmayan vatandaşların tedavi giderlerine yönelik 1992 yılında Yeşil Kart Sistemine geçilmiş ve bu bireylerin tedavi masraflarının devlet tarafından 3816 Sayılı Yasa ile güvence altına alınmıştır. 1998 yılında muhtaç er ve erbaş ailelerinin ücretsiz tedavi edilmesi hakkında kanun, hakları güvence altına almıştır. 1999 yılında ise İşsizlik Sigortası yürürlüğe konmuş ve işsizliğe yönelik bir koruma tedbiri getirilerek bireylerin güvencesi ve refahı sağlanmaya çalışılmıştır (Çalık, 2016: 15).

Türkiye'de 1990'lı yıllardan itibaren hızla gelişen küreselleşmenin de etkisiyle sosyal güvenlikte reform düşüncesi yeşermiştir. Sosyal Sigortalar Kurumu (SSK), Esnaf ve Sanatkârlar ve Diğer Bağımsız Çalışanlar Sosyal Sigortalar Kurumu (BAĞ-KUR) ve Emekli Sandığı tarafından görülen sosyal güvenlik hizmetlerinin tek çatı altından daha verimli görüleceği düşüncesi yaygınlaşmıştır. Sosyal güvenlik kurumlarının sundukları hizmet yönünden: "T*oplumda pek çok bireyin yaşlılık, hastalık engellilik ve işsizlik sebebiyle sosyal dışlanması sorunuyla karşılaşmalarına sebep olmuştur*" (Koytak, 2014: 84). Sosyal güvenlik kurumlarının tek çatı altında birleştirilmesi, ilerleyen dönemlerde genel sağlık sigortası uygulamasını ve sosyal güvenlikte reform yapılması gerekliliğini gündeme getirmiştir. Burada amaç, tüm bireylere eşit ve adil bir hizmet sunulmasını sağlamak ve yoksulluğa karşı mücadele ederek bireylerin refah seviyelerinin yükseltilmesini sağlamaktır.

3.ALMANYA – JAPONYA ve TÜRKİYE'DE REFAH UYGULAMALARININ KARŞILAŞTIRILMASI

Bu çalışmada ele alınan Almanya, Japonya ve Türkiye'nin refah uygulamalarına bakıldığında; her üç ülke içinde refah uygulamalarının sosyal hizmet ve sosyal yardımlar üzerinde şekillendiği söylenebilir. Ancak yine belirtmek gerekir ki uygulanan refah politikaları tüm ülkelerde değişiklik göstermektedir.

İncelenen ülkelerde refah uygulamalarında, işsizlik yardımı, yaşlılara yönelik uygulanan politikalar, emeklilere yönelik politikalar, eğitim ve sağlık alanında refah uygulamaları dikkat çekmektedir.

Uygulanan politikalar ışığında her üç ülkenin de refah sıralaması en güncel veri olarak 2017 yılı baz alınarak aşağıda yer alan Tablo 2, Tablo 3 ve Tablo 4'de gösterilmiştir.

Tablo 2: Almanya'nın Yıllara Göre Refah Sıralaması (2013-2017)

Yıllar	2013	2014	2015	2016	2017
Refah Sıralaması	12	11	11	11	11

Kaynak: 2017 Legatum Prosperity İndex, Legatum İnstitute, (www.prosperity.com)

Almanya'nın 2013-2016 yılları arasındaki durumuna bakılırsa; ülkenin nüfusu 82,487,842 ve kişi başına düşen GSYH 3,478,796 ABD Dolarıdır. Ülkedeki insanların olası yaşam süresi 80,6 yıldır ve işgücüne katılım oranı %77 olarak saptanmıştır. Almanya'nın ulaşılabilen en son rakam olarak 2014 yılında alınan veriye göre ülkedeki gelir dağılımındaki eşitsizlik yüzde 0,289 olarak belirlenmiştir. Bu verilere bakıldığında Almanya'da devletin yapmış olduğu refahı arttırıcı politikaların etkili olduğu görülecektir. Bunun yanında 149 ülkenin incelendiği dünya refah sıralamasında Almanya'nın 2017 yılındaki refah sıralaması 11'dir (www.data.oecd.org)

Tablo 3: Japonya'nın Yıllara Göre Refah Sıralaması (2013-2017)

Yıllar	2013	2014	2015	2016	2017
Refah Sıralaması	22	22	22	22	23

Kaynak: 2017 Legatum Prosperity İndex, Legatum İnstitute, (www.prosperity.com)

Japonya'nın 2013- 2016 yılı verileri çerçevesinde refah durumuna bakılırsa, güncel rakamlar çerçevesinde Japonya'nın 2016 yılı verilerine göre nüfusu 126,994,51 ve kişi başına düşen GSYH ise, 4,949'dir. Ülkenin olası yaşam süresi 80,8 yıldır ve işgücüne katılım oranı yüzde 76,3 olarak saptanmıştır. Japonya'nın ulaşılabilen en son rakam olarak 2012 yılında alınan veriye göre ülkedeki gelir dağılımındaki eşitsizlik, yüzde 0,330 olarak belirlenmiştir. Bu verilere bakıldığında Japonya'da devletin yapmış olduğu refahı arttırıcı politikaların etkili olduğu görülecektir. Bunun yanında 149 ülkenin incelendiği dünya refah sıralamasında Japonya'nın 2017 yılındaki refah sıralaması 23'dür (www.data.oecd.org)

149 ülke arasında refah sınıflandırmasında Türkiye'nin 2013- 2017 yılı verilerine göre ülke refah sıralaması aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 4: Türkiye'de Refah Devlet Sıralaması (2013-2017)

Yıllar	2013	2014	2015	2016	2017
Refah Sıralaması	79	72	78	79	88

Kaynak: 2017 Legatum Prosperity İndex, Legatum İnstitute, (www.prosperity.com)

Tablo 4 incelendiğinde Türkiye'nin refah düzeyinin stabil olmadığı, değişken seyrettiği görülmektedir. Ancak refah uygulamalarının kalıcı ve başarılı olabilmesi ve vatandaşların hak ettikleri refah seviyelerine ulaşabilmesi için refah politikalarının önemli ölçüde özverili uygulanması ve buna yönelik sosyal yardım ve harcamaların da genişletilmesi gereklidir.

Türkiye'nin 2013-2016 yılları arasında durumuna bakılırsa; ülkenin nüfusu 80,810,525 kişi olarak belirlenmiştir (www.tuik.gov.tr). Ülkenin kişi başına düşen GSYH 28,520 ABD Dolarıdır. Ülkenin olası yaşam süresi 75,3 yıldır ve işgücüne katılım oranı yüzde 52,3 olarak saptanmıştır. Türkiye'nin ulaşılabilen en son rakam olarak 2015 yılında alınan veriye göre ülkedeki gelir dağılımındaki eşitsizlik, yüzde 0,404 olarak belirlenmiştir. Bu verilere bakıldığında Türkiye'de devletin yapmış olduğu refahı arttırıcı politikaların etkili olduğu görülecektir ve 149 ülkenin incelendiği dünya refah sıralamasında Türkiye'nin 2017 yılındaki refah sıralaması 88'dir (www.data.oecd.org).

SONUÇ

Günümüzde artan gelir dağılımındaki eşitsizlik toplum kesimlerinin refah düzeylerinin farklılaşmasına neden olmaktadır. Devlet, bireylerinin hayat kalitelerinde düşüş yaşanmaması için yaşamlarını idame ettirebilecek bir geliri bireylere sağlamakla yükümlüdür ve bu alana yönelik çalışmalar yapmalıdır. Devletin bu konudaki yükümlülüğü, çeşitli ülke anayasalarında hukuki güvenceye de kavuşturulmuştur.

Ülkelerin refah uygulamaları ise ülkeden ülkeye, dönemden döneme ve hükümetlerin izlemiş oldukları siyasi politikaya ve ülkelerin sosyo- ekonomik koşullarına göre çeşitlenmektedir. Ancak temel olarak uygulanan refah politikalarına bakıldığında bunlar; eğitim, sağlık, işsizlik, emeklilere ve yoksullara yönelik uygulanan sosyal güvenlik uygulamaları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yapılan bu çalışmamızda ele alınan Almanya, Japonya ve Türkiye'nin refah uygulamalarının belirli ölçülerde kesiştiği görülmektedir. Ele alınan ülkelerde sosyal yardımlar, sosyal güvenlik hizmetleri ülkelerin refah uygulaması kapsamında hem fikir olduğu bir uygulama olarak görülmüştür. Dünya'da 149 ülkenin 2017 yılı refah sıralamalarına bakıldığında Almanya'nın 11, Japonya'nın 23, Türkiye'nin ise 88. Sırada olduğu belirtilmiştir.

Refah uygulamalarında önemli bir ölçüt olarak ele alınan sosyal yardım ve sosyal hizmetler, ülkelerin refah seviyelerinde ilerlemenin yaşanabilmesi için önemli bir kıstastır. Türkiye'de refah uygulamaları kapsamında hedeflenen, Almanya gibi yüksek refah seviyelerine ulaşabilmektir. Kaldı ki son 15 yılda bu konuda çok büyük mesafeler alınmıştır. Özellikle evde bakımdan fakir ve muhtaçlara aylık ödeme yapılmasına kadar bir çok konuda Almanya ve Japonya'yı geride bırakacak uygulamalar yapılmıştır. Yürütülen refah politikaları Türkiye'nin de refah sıralamasının yükseleceğini işaret etmektedir.

KAYNAKÇA

AKTAN, C. C ve ÖZKIVRAK, Ö. (2008). Sosyal Refah Devleti, Ankara: Okutan Yayıları.

ÇALIK, M. (2016). Türkiye'de Gerçekleştirilen Sosyal Yardımlar: AKP Dönemi Üzerine Bir Araştırma, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi Yüksek Lisans Proje Ödevi, SS. 15.

DURDU, Z. (2009). "Modern Devletin Dönüşümünde Bir Ara Dönem: Sosyal Refah Devleti", Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 22. SS. 45-46.

ERDAL, S. (2012). Küreselleşme Sürecinde Refah Devleti Uygulamaları Açısından İsveç Modelinin Değerlendirilmesi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Doktora Tezi, SS.76.

EROL, I.S. (2013). "Japonya'da Yaşlılara Yönelik Sosyal Politikalar", "İş, Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, Cilt 15, Sayı 3, SS.50-52.

GÖKBUNAR, R. Ve KOVANCILAR, B.(1998). "Sosyal Refah Devleti ve Değişim", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Cilt 3, Sayı 3, SS.2.

GÖKBUNAR R., ÖZDEMİR H. Ve UĞUR A.(2008). "Küreselleşme Kıskacındaki Refah Devletinde Sosyal Refah Harcamaları", Doğuş Üniversitesi Dergisi, SS. 158-159.

KANTARCI, H. B. (2003). "Sosyal Devlet, Sosyal Güvenlik ve Türkiye'de Zorunlu Askerlik Hizmeti", Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 6, Sayı 10, SS. 76.

KOYTAK SAYAN A.H. (2014). "Türkiye'de Sosyal Yardım Ve Sosyal Politikalardaki Dönüşüm: Ak Parti Modeli", HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi Cilt: 3. Sayı. 5. SS. 84.

KURŞUN, A ve RAKICI, C. (2016). "Sosyal Refah Devletinin Tarihi Süreci ve Günümüz Bazı Refah Devletlerinin Değerlendirilmesi", Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi 2(2), SS. 139-150.

TAŞÇI, F. (2010). "Yaşlılara Yönelik Sosyal Politikalar: İsveç, Almanya, İngiltere ve İtalya Örnekleri", Çalışma ve Toplum, SS.184-189.

TOPRAK, D. (2015). "Uygulamada Ortaya Çıkan Farklı Refah Devleti Modelleri Üzerine Bir İnceleme", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 21, SS. 153-154.

İnternet Kaynakları

http://www.prosperity.com/rankings?pinned=DEU,JPN,TUR,USA,NOR&filter= (Erişim Tarihi: 29.08.2018).
http://www.sosyalsiyaset.net/documents/refah_devleti_ustlendigi_gorvlr.htm#_ftn9 (Erişim Tarihi: 26.08.2018).
https://data.oecd.org/socialexp/social-spending.htm (Erişim Tarihi: 29.05.2018).
http://www.tuik.gov.tr/Start.do (Erişim Tarihi: 29.05.2018).

Küreselleşmenin Yoksullaştırıcı Gücü Olarak Kültür Medya ve Televizyon

Doç. Dr. Mustafa Hatipler[1]

[1]Trakya Ünv. Edirne Sosyal Bilimler MYO, mustafahatipler@gmail.com

Özet: Küreselleşme son yarım yüzyılda büyük bir ivme kazanan ve tüm ulusların hayatının hemen hemen tamamını etkileyen bir süreçtir. Küreselleşme, bir yanıyla dünyanın bütün ekonomilerine birbirine bağımlı hale getirmiştir. Küreselleşme sayesinde, dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen ekonomik, siyasal, teknolojik ve kültürel değişim dünyanın diğer bölgelerini de etkilemektedir. Başlangıçta daha çok kültürel bir olgu olarak yaklaşılan küreselleşmenin, zaman içinde kültürel olmaktan çok ekonomik bir olay olduğu anlaşılmıştır. Küreselleşmede kültürel olgu, küreselleşmenin ekonomik boyutunun gerçekleşmesi için bir araç olarak kullanılmıştır. Bu aracın başyapıtı kültür endüstrisidir.

Küreselleşmenin ekonomik boyutunun gerçekleşmesi için gerekli olan kültürel alt yapısını kitle iletişim araçlarıyla kısacası medya ile gerçekleştirmektedir. Bu anlamda, küreselleşme, kendisi için gerekli olan kültürel alt yapıyı oluşturmak için medyayı kullanmaktadır.

Küreselleşmenin kullandığı medya içinde en etkili olanı da televizyon ve reklamdır. Neil POSTMAN'ın "Öldüren Eğlence" olarak adlandırdığı televizyon, aslında küreselleşmenin sömürü çarkına su taşımaktan başka bir şey yapmamaktadır. Televizyon ve reklam bir yanıyla yeni bir yaşam tarzını empoze ederken diğer yanıyla kitleleri uyuşturarak çalışmaktan çok tüketmeye yönlendirmektedir. Üretmeden tüketim yoksulluğun ta kendisidir.

Bu küçük çalışmanın birinci bölümünde, genel anlamda küreselleşme ve kültür endüstrisi ele alınmıştır. İkinci bölümde küreselleşmenin medyayı kullanması üzerinde durulmuştur. Çalışmanın son bölümünde ise kültür, medya, televizyon ve reklam konusu incelenerek küreselleşmenin kitleleri medya vasıtasıyla nasıl yoksullaştırdığı açıklanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Kültür, Medya

GİRİŞ

Genel olarak küreselleşmeyi, dünya çapında bir değişim ve ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi ilişkilerin ülkeler arasında çok aktif olması, toplumsal inanç ve kültürlerin bölgeler arasında tanınıp bilinmesi ve birbirleriyle bağlantılı hale gelmesi olarak tanımlamak mümkündür. Küreselleşme, ülke ve milletlere ait maddi ve manevi değerlerin ülke sınırlarını aşarak bütün dünyaya yayılmasıdır. Bu açıdan bakıldığında küreselleşme, küçük uluslar ve kapalı toplumlar için şans olarak değerlendirilebilir. Hatta bu ulusların Batı medeniyetini etkilediği ve etkileyeceğini ileri sürenler de vardır. Ancak uygulama hiç de öyle değildir. Çünkü küreselleşme Batı Medeniyetinin ve yaşam tarzının bir proto-tip üretme düşüncesiyle tüm dünyaya yayılmasıdır. Coğrafi keşiflerle başlayan sömürgeleştirme süreci, modern ve post- modern söylemlerle küreselleşme adı altında devam etmektedir. Coğrafi keşiflerde, Meksika-Aztek ve Güney Amerika İnka uygarlığının yok edilmesi, Kuzey Amerika Kızılderililerinin altın ve gümüş madenlerinin yağmalanması neyse bugün de küreselleşme adı altında yapılanlar odur. Bunun böyle olduğunu anlamanın en kolay yolu, tüketim kanallarına ve tüketim nesnelerine bakmaktan geçer.

Bununla beraber küreselleşmenin bütün insanlığı etkilediği de bir gerçektir. Ekonomik, siyasal, teknolojik anlamda ülkeler arasındaki ilişkilerin sürekli hale gelmesi ve ulusların farklı kültürleri tanıması gibi bir dizi süreç küreselleşme sayesinde gerçekleşmiştir. Küreselleşme, dünya üzerinde teknoloji vasıtasıyla bir ağ kurmuş, bireysel ve toplumsal hayatımızı yakından etkileyerek, farklılaştırmış ve dönüştürmüştür.

Küreselleşmenin temel amacı, bütün dünya insanlarının ortak ve tek bir tüketim anlayışına sahip olmasıdır. Küreselleşmenin yoksullaştırma etkisi de burada başlamaktadır.

Küreselleşme, uzun zamandan beri dünya gündemini meşgul eden çok boyutlu bir olgu. Küreselleşme, başlangıçta bir kültür olayı olarak nüfuz etmekte ve sonrasında da vazgeçilmez bir konum alarak varlığını sürdürmektedir. Küreselleşmenin bu duruma gelmesinde, kültür ve medya büyük ve önemli rol oynamaktadır. Özellikle medya bu konuda adeta küreselleşmenin payandası ve Truva atı konumundadır. Yani küreselleşmeyi medyasız, medyayı da küreselleşme olmaksızın düşünmek neredeyse imkânsız hale gelmiştir.

İlk bakışta son derece masum gözüken küreselleşme ve medya ilişkisi zaman içinde gelişmekte olan ülkeler ülkelerin yoksullaşmasının en büyük nedenlerinden biri haline gelmiştir. Küreselleşme yoksullaştırıcı faaliyetlerini sürdürürken medyanın tüm araçlarından özellikle televizyondan büyük oranda faydalanmaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerin hemen her kesiminin vazgeçilmezi olan televizyon, aynı zamanda yeni bir yaşam tarzının hazırlayıcısı ve takdimcisi görevini ifa etmektedir. Gelişmekte olan ülkeler küreselleşme, kültür ve medya üçgeninden çıkamamakta ve yoksullaşmaktadır. Çok ilgisiz gibi gözüken küreselleşme, kültür ve medya üçgeni, biraz içine girildiğinde çok net görüleceği gibi, birbirini besleyen ve hatta birbirinden beslenen güçlü bir kombinasyona sahiptir. Bu üçgende zemin görevini yapan etken kültürdür. Buradaki kültürün bizim anladığımız anlamda, bir kültür ve medeniyet anlamında bir olgu olmadığının altını çizmek gerekir. Buradaki kültür; Batı-Amerikan yanlısı bir yaşam tarzının toplam ifadesinden başka bir şey değildir. Bu yaşam tarzının küreselleşme ile ve küreselleşme gücüyle medya ve televizyon yoluyla empoze edilmesinin yegâne sebebi, her şeyi tüketimi olan, tüketimden başka hiçbir özelliği olmayan bir kitle meydana getirmektir. Adorno'nun kültür endüstrisi olarak açıklamaya çalıştığı husus da burasıdır. Böyle bir algı olmaksızın ve maksimum kar ve çıkar düşüncesini hesaba katmaksızın Batının yapacağı kültür transferinin, Batı için hiçbir anlamı yoktur. Yani Batı durduk yerde bir kültür transferi için uğraşmaz. Batı için kültür transferinin ehemmiyeti, o kültürün transfer edildiği toplumun, bir tüketim toplumu haline dönüştürülmesi içindir. Tüketim toplumu haline getirilmiş olan kitlelerin, üretimi hiç düşünmeyen, sadece tüketimi düşünen kitlelerin, bir aşama sonrasında kaybedeceği tek şey prangaları olacaktır. Bu noktada gönüllü kölelik esası devreye girmektedir.

Küreselleşme, kültür ve medya ile birlikte yoksulluğun yaşanmasının ve hatta kalıcılığının nedenidir. Aynı zamanda toplumların tarihten silinmesinin de yolu buradan geçmektedir. Tüketim toplumu haline dönüştürülmüş ulusların, yaşama şansı yoktur.

1.GENEL OLARAK KÜRESELLEŞME

Küreselleşme (Globalizasyon) kavramıyla ilgili olarak mutabakata varılmış bir anlamdan söz etmek mümkün değildir. Küreselleşme kavramıyla ilgili olarak pek çok teori ve tanımlama söz konusudur. Alanyazında çalışan birçok kişi küreselleşmeyi farklı alanlarda ele almış ve farklı tanımlar ortaya koymuştur. Sungur (2008: 99) bu farklılığın konuyu inceleyen düşünür ve akademisyenlerin kendi dünya görüşüne uygun tanımlamalar yapmak istemesinden kaynaklandığını ileri sürmektedir.

Bauman (1998: 1)'a göre küreselleşme: "Mutluluğumuzun ya da mutsuzluğumuzun parolasına dönüşen moda bir deyim" dir. Robertson (1992: 8)'a göre ise: "Hem dünyanın küçülmesini simgeleyen, hem de bir bütün olarak dünya bilincinin güçlenmesini ifade eden" bir kavramdır.

Giddens (1990: 64)'a göre küreselleşme, dünya çapındaki toplumsal ilişkilerin uzak yerleşimleri birbirine bağlayan, yerel unsurların millerce ötedeki olayları, millerce ötedeki olayların da yerel unsurları biçimlendirmesine yol açacak şekilde yoğunlaşmasıdır. Giddens (2006: 50-9), küreselleşmenin üç itici gücü olduğunu söylemiş ve bunları; bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ile ekonomik ve siyasi faktörler olarak açıklamıştır.

Küreselleşmenin, toplumsal, ekonomik ve kültürel konularda etkin olduğu bir gerçektir. Karmaşık yapısı nedeniyle küreselleşmenin, birçok alanda, hem sorunların sebebi hem de sorunların çözümü olarak ele alınmış ve bu yönlerde görüş ve yaklaşımlar ortaya konmuştur (Demir, 2000: 74).

Küreselleşmeyi aynı zamanda dünya ölçeğinde toplumsal ilişkilerin bir bütün olarak yoğunlaşması olarak da ele almak mümkündür. Bu bakış açını savunan Giddens (1994: 62-63), bu sürecin beraberinde toplumsal değişmeyi de getirdiğini ve kendi kültürümüzün getirdiği yerel tutumlarımızın dünyanın farklı coğrafyalarındaki olaylardan etkilenerek oluştuğunu, yerelin dünyayı değil dünya ölçeğindeki olayların yerel olanı etkilediğini ifade etmektedir. Gerçekten de küreselleşme ile birlikte ortaya çıkan bir başka olgu da yoksulluktur. Yoksulluk, XX. ve XXI. yüzyılın en önemli sosyal ve toplumsal olayıdır

2. ÖZET OLARAK YOKSULLUK

Yoksulluk, ekonomik, sosyal ve politik boyutları olan karmaşık bir yapıdır. Bu karmaşık yapısı nedeniyle net olarak tanımlanması mümkün değildir. Genel olarak yoksulluğu, toplumun yaşam standartlarının belirlenen bir düzeyinin altında kalma durumu olarak tanımlamak mümkündür. Bununla beraber yoksulluğun kapsamı, mekândan mekâna ve dönemden döneme refah düzeyindeki farklılıklara bağlı olarak değişiklik gösterdiğini de göz ardı etmemek gerekir.

Yoksulluğun ilk tanımlaması, bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde kaynağa sahip olamaması durumu olarak yapılmış ve esas olarak gelir ve harcama kabul edilirken bugün bunun yanına temel eğitim ve

sağlık hizmetlerine erişim, giyim veya barınma gibi gıda dışı ihtiyaçların karşılanamaması durumu da kapsam alanı içine dahil edilmiştir (Güçlü, 2018).

2.1. Yoksulluğun Tanımı

Yoksulluk, tarihin her döneminde olduğu gibi bugün de insanlığın baş etmek zorunda kaldığı en önemli toplumsal sorunlardan biridir. Yoksulluk ile ilgili kavram ve tanımlamalarda öne çıkan husus, araştırmacının yoksulluğu anlatmada baz aldığı şey ile şekillenmektedir. En genel ifade ile yoksulluk, insanın, maddi kaynaklardan, bazen de kültürel kaynaklardan yoksun kalındığını ifade eden bir durumdur (Marshall, 1999: 825).

Dünya Bankası (2005), yoksulluğu: "Refah durumundan belirgin bir biçimde mahrum olma" şeklinde açıklamaktadır. Bu tanımdaki refah durumu; hane halkı veya bireylerin kendi ihtiyaçlarını karşılayacak kaynaklara sahip olması ya da insanların belirli iyi tüketim tarzları bağlamında, yeterli yiyecekler, sığınacak yer veya sağlık güvenceleri ya da eğitim imkânlarını elde etmeleri durumudur.

2.2. Yoksulluğun Tasnifi

Yoksulluğun ayırımıyla ilgili olarak, farklı tasnifler yapılmaktadır. Bunlardan biri de kırsal ve kentsel yoksulluktur. Yoksulluğun kırsal-kentsel ayırımı önemlidir çünkü her iki alanda da yoksulluk algısı farklıdır. Kırsal-kentsel yoksulluk ayrımı, tek başına ekonomik verilerle değil, sosyal, eğitim, sağlık, ulaşım vb. imkânlarla da değerlendirilmelidir.

Yoksulluğun tasnifiyle ilgili genel kabul gören tasnif; mutlak ve göreli yoksulluk şeklindedir. Bunların yanında yoksulluğun olgu ve sorun boyutlarına bağlı kalınarak yapılan sınıflamalar da vardır. Bunlar; birincil yoksulluk, insani yoksulluk, döngüsel yoksulluk, sübjektif yoksulluk, ultra/olağanüstü yoksulluk, gelir yoksulluğu, yeni yoksulluk, kalıcı yoksulluk kırsal ve kentsel yoksulluk, kadın ve çocuk yoksulluğu olarak sıralanabilir.

"Mutlak yoksulluk" olarak, maddi kaynaklardan yoksun olma durumu ön plana çıkmakta ve maddi kaynaklar olarak, hane halkı ya da bireylerin, biyolojik anlamda olağan yaşantılarını devam ettirebilmeleri için ihtiyaç duydukları yiyecek, barınak ve minimum sağlık hizmetleri gibi temel ihtiyaçlarını karşılamak için gerekli olan asgari gelir ve harcama düzeyleri ifade edilmektedir (Erdem, 2006: 327).

Göreli yoksulluk ise toplumun ortalama refah düzeyinin belirli bir oranının altında olunması durumunu ifade etmektedir (Üstün, 2007: 9). Göreceli yoksulluk kavramı ile kişi başına düşen ortalama gelir ve alt sınıfın geliri vurgulanmaktadır (Dansuk, 1997: 36). Yoksullukla ilgili bir diğer tasnif de İnsani Yoksulluktur. İnsani yoksulluk kavramı, gelir yoksulluğundan farklı olarak çok temel veya 'tahammül edilebilir' bir yaşam sürmek için gereken fırsat ve seçimlerden yoksunluğu ifade etmektedir (Aksan, 2012: 9-19).

2.3.Yoksulluk Sınırı

Yoksullukla ilgili en önemli kavramlardan olan Yoksulluk sınırı, ailelerin geçim ihtiyaçlarını karşılama düzeyinin altı olarak ifade edilir (Erdem, 2006: 327). Yoksulluk sınır ile yoksulu yoksul olmayandan ve yoksulu aşırı yoksul olandan ayırmak mümkündür (Uzun, 2003: 156).

Yoksulluk sınırının ortalama gelirden bağımsız bir biçimde, her alanda kullanılabilecek kesin bir değer olarak belirlenmesinde; asgari gıda harcaması yaklaşımı, temel gereksinimler yaklaşımı ve hane halkı gıda harcamalarının tüm gelire oranı yaklaşımı şeklinde ifade edilebilecek üç yaklaşım uygulanmaktadır (Aksan, 2012: 9-19).

Ortalama hesaplama yöntemi ile mutlak yoksulluk sınırı, az gelişmiş ülkeler için kişi başına günde 1 Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Doları kabul edilirken, Latin Amerika ve Karaibler için bu sınır 2 ABD Doları, Türkiye'nin de dâhil edildiği Doğu Avrupa ülkelerinin de içinde bulunduğu grup için 4 ABD Doları, gelişmiş sanayi ülkeleri için 14.40 ABD Doları olarak belirlenmiştir (DPT, 2001).

Gelişmekte olan ülkelerde insani yoksulluğun ölçütleri; yaşamdan yoksun olma, eğitimden yoksun olma ve ekonomik ve sosyal imkana sahip olma düzeyi olmak üzere üç önemli kriter kullanılmaktadır (Aktan, 2002).

2.4. Yoksulluğun Medya Hali

Her haliyle günlük yaşamın içinde var olan yoksulluğun medyada gösterim (temsil)i ayrı bir öneme sahiptir. Medyanın birincil meselesi yoksulluğun kaldırılması ya da azaltılması olmadığı için, yoksulluğun medyada gösterimi de farklı amaçları taşımaktadır.

Günümüzde yoksulluk medyada fobik, patetik, sözde-nesnel simgesel yok edilme kategorilerinde gösterilmektedir. Yoksulluğun medyada fobik olarak ifade edilen gösterimi; korku ile ve nefret uyandırarak yoksul insanları suçun, korkunun ve kötülüğün, toplumda sorunlu bireylerin kaynağı olarak gösterilmesi ve bu sunumla yoksulluğun suçlulukla, suçluların da yoksullarla özdeşleştirilmesidir. Yoksulluğun medyada patetik gösterimi; acıma duygusu uyandırılarak yoksul bireylerin yaşadığı intihar, aile içi şiddet, kadına şiddet gibi trajik olaylar, dramatize edilmesi duyarlılık ve acıma duygusunun günlük hayatın bir parçası durumuna getirilmesidir. Yoksulluğun medyada sözde-nesnel simgesel yok edilme gösterimi de, haber öyküleri ya da sunumu yapılan mesajlarda hem yoksulluğa neden olan alt yapı sorunlarından genel istatistiki veriler öne çıkarılması hem de bireysel değil, yoksullukla iç içe yaşayan gruplara göndermede bulunulmasıdır (Doğan, 2015: 891).

3.KÜLTÜR VE MEDYA

Kültür kelimesi, Latince tarım anlamına gelen Cultura'dan gelmektedir. Onun da Osmanlıca karşılığı hars kelimesidir. Çeçen (1984: 9)'e göre, kültür bir tanım içinde ortaya konulmayacak kadar geniş bir kavramı içerir.

Medya; günümüzde yoğun olarak kullanılan bir sözcük olmasına rağmen sınırları belli olmayan çok kapsamlı ve bir o kadar da muğlak bir kavramdır. Yazılı basından radyo televizyon hatta internete kadar birçok iletişim aracı medya olarak adlandırılmaktadır. Ayrıca yazılı basın medyası ya da televizyon medyası gibi ifadeler de kullanılmaktadır. Medya genel anlamıyla, kitle iletişim araçları olarak ifade etmek de mümkündür.

3.1.Kültür

1969 yılında toplanan, UNESCO uzmanlarının yaptığı tanıma göre kültür: "Bir insan topluluğunun kendi tarihi tekâmülü hususunda sahip olduğu şuur demektir; o surette ki, bu insan topluluğu bu tarihi tekâmül şuuruna atfen varlığını devam ettirme azmini gösterir ve gelişmesini sağlar." (Aktaran: Köseoğlu 1992: 147).

Güngör (1989: 35)'e göre kültür, bir toplumda yaşayan insanların hayatının çeşitli problemlerine karşı denedikleri çözüm yollarıdır ve bu çözüm yollarının bazıları zamanla sabit hale gelerek toplumun tümüne mal olur ve o toplumun kültürünü teşkil eder. Güngör (1989: 35), toplumları kültür bakımından ayırt eden şeyin, onların kullanmış olduğu araç ve aletlerin arkasındaki zihniyet ya da manevi kıymetlerin bütünü olduğunu ifade etmektedir.

Bilgiseven (1995: 15) ise, kültürün, maddi ve manevi olmak üzere iki yönü olduğunu, maddi kültürün (bazı sosyologlar buna medeniyet ismini vermektedirler); teknikler, yollar, üretim yapıları ve ulaştırma araçları gibi gözle görülür maddi öğelerden, manevi kültürün ise bir milleti millet yapan ve onun kendi şahsiyetini belirleyen moral unsurlardan (yani örfler, adetler, kolektif davranışlar ve tutumlardan) oluştuğunu ifade etmektedir.

Kültür konusu üzerinde duran önemli düşünürlerden biri Ziya Gökalp'dir. Gökalp (1987: 25-26), kültürü Osmanlıca olan hars olarak kabul eder ve harsla uygarlık arasında benzerlikler ile farklılıklar olduğunu ileri sürer. Gökalp (1987: 25-26)'e göre, kültür ve uygarlık arasında farklılıklar vardır. Bu farklıların birincisi; kültür ulusal, uygarlık ise uluslararasıdır. İkincisi de kültür tek bir ulusun ahlak, us, hukuk, din, estetik, iktisat, fen ve dille ilgili yaşayışlarının uyumlu toplamı olmasına karşın, uygarlık aynı gelişmişlik düzeyindeki pek çok uygarlığın toplumsal yaşayışlarının ortak bir toplamı olmasındadır (Gökalp 1987: 25-26).

Sonuç olarak kültürü bir toplumun yaşam tarzı şeklinde özetlemek mümkündür. Bu yaşam tarzının içinde; insanın düşünce, duygu ve emeğinin ürünü olan; örf, adet, gelenek, görenek, ahlak kuralları, inanç sistemleri ve her türlü toplumsal değerler, normlar ve davranış biçimleri, bilgi, sanat, dil, her türlü semboller, giyim-kuşam tarzı, yeme-içme alışkanlıkları ve biçimleri gibi maddi olmayan unsurlarla birlikte giysiler, besin ürünleri, teknik, günlük yaşamda kullanılan her türlü araç-gereçler sayılabilir.

3.2.Medya

Medyanın tarihsel süreci ilginçtir. Romalılar dönemine kadar inen sürecin XX. yüzyılında, 1930-50 arasında en etkili aracı radyodur. 1950'den sonra radyonun yerini televizyon almış ve hızlı bir ilerleme kat etmiştir. Günümüzde teknolojide o kadar ilerleme meydana gelmiştir ki güncellikler bile takip edilemez bir hal almıştır. Televizyon yanına interneti almış ve medya devasa boyutlara ulaşmıştır.

Medya ile ilgili bu gelişmeler her toplumda aynı oranda değildir. Ülkeler arasında alışkanlıklar, iletişim farklılıkları, iletişim imkânları gibi faktörler medyanın gelişiminde farklılıklara neden olmaktadır.

Medyanın hem enformasyon hem de toplumsal işlevleri vardır. Medyanın yoksullaştırıcı etkisi, toplumsal işlevlerinde saklıdır. Medyanın toplumsal işlevlerini ilgileşim, devamlılık, enformasyon, eğlence ve seferberlik olarak beş ana başlık altında toplamak mümkündür (McQuail, 1994: 56). MacBride ise 'Birçok Ses Tek Bir Dünya' isimli raporunda medyanın Habercilik, Toplumsallaştırma, Motivasyon, Tartışma-diyalog, Eğitim, Kültürel geliştirme, Eğlence, Bütünleştirme olmak üzere sekiz işlevi olduğunu yazmıştır (Aktaran: Tihan, 2008).

Yüksel (2001:5), medyanın temel özelliklerini, kaynağa yönelik özellikler, kitle iletişim aracına yönelik özellikler, iletiye yönelik özellikler, alıcılara yönelik özellikler, geribildirime yönelik özellikler, başlıkları altında toplamıştır. Kitle iletişim araçları olarak da adlandırdığımız medya kavramı 1920'lerden itibaren kullanılmaya başlanmıştır (Briggs ve Burke. 2004: 7). Medya kavramı; her türden sözlü, yazılı, basılı, görsel metin ve imgeleri içeren çok geniş iletişim araçlarını kapsayan bir kavramdır. Medya kavramının içine gazeteler, dergiler, kitaplar, broşürler gibi basılı, televizyon, sinema, internet ve duvar panoları (billboard) gibi görsel-işitsel ve radyo gibi işitsel kitle iletişim araçları girmektedir (Nalçaoğlu, 2003: 44).

Medya, her çeşit mesajı, farklı sosyo-demografik özelliklere sahip kitleye, kendi yayın politikasına göre anlamlandırarak aracın özelliklerine göre formatlayarak, tek yönlü yama mekanizmasına sahip bir oluşumdur. Günümüzde medya, özellikle televizyon, yeniden üreten, şekillendiren, yöneten, kontrol eden ve hatta yargılayıp, infaz eden bir iktidar aracıdır (Mora, 2008).

Medyanın gerçek işlevleri elbette bu şekilde değildir. Medyanın gerçek işlevi; kendilerinin ve reklâmını yaptıkları endüstrilerin ürün ve hizmetlerinin -ekonomik sistemin- satışını yapmak ve kendinin ve kapitalist pazar bilincinin -bilinç yönetimi işinin- satışını yapmaktadır (Erdoğan, 2002: 326-328).

Küreselleşmenin temel aracı olan medya; pazar ekonomisi mantığına göre yayın yapmakta, meydana getirdiği etki ve güçle, toplumları yönlendirme, kullanma, pasifize etme, aktifleştirme, değiştirme, parçalama, birleştirme eylemlerini gerçekleştirmektedir (Mora, 2008).

3.3.Medya İle Kültür Arasındaki İlişki

Medya, eğlence aracı olmaktan öte bir kültür taşıyıcısı ve aktarıcısıdır. Medya içinde en büyük olanı televizyondur. Televizyon insanın zaman ve mekân sınırlılıklarıyla çizili gündelik yaşam deneyiminin sınırlarını genişleten ve bu deneyimin nicel ve nitel örüntüsünde önemli değişimlere yol açan bir teknolojik araçtır. Televizyon kendisinden önceki iletişim ve sanat biçimlerini köktenci bir şekilde etkilemiş ve değiştirmiştir. Comstock (1991: 33): "Artık hiçbir şey televizyondan önceki gibi olmayacaktır." diyerek bu etkileme ve değişimi ifade etmiştir. Comstock (1991: 33)'a göre radyo ve sinema yerini büyük oranda televizyona kaptırmıştır. Radyo eskiden tek ulusal günlük eğlence aracı iken bu işlevini televizyona bırakmak zorunda kalarak programcılık yaklaşımı bakımından büyük bir değişiklik yaşamıştır. Sinema ise televizyonun sosyal-siyasal baskısı ve denetimler nedeniyle pek ele alamadığı şiddet ve cinsellik temalarına -kışkırtıcı biçimde- yönelmiştir.

Gerçekten de televizyon medya içinde en fazla tartışması konusu olandır. Televizyonun bireyler üzerindeki etkisi olumlu ya da olumsuz olarak tartışılsa bile bu etkinin varlığı tartışılmazdır. Televizyonun olumsuz etkisi olduğu görüşü daha ağır basmaktadır. Bu görüşün başatlarından biri Neil Postman'dır. Postman televizyonu "Öldüren Eğlence" olarak nitelemektedir (Postman, 2016). Televizyonla ilgili tartışmalar televizyon kanallarıyla birlikte daha da büyümüştür (Kocadaş, 2002: 25). Televizyonun olumlu fonksiyonları olduğunu ileri sürenler onu toplumun aynası olarak görmekte ve toplumun beklenti, sıkıntı, özlem, öncelik, alışkanlık ve yaşama bakış tarzının, izledikleri televizyon program yapısından anlaşıldığını ileri sürmektedir (Aziz 1982: 91). Toplumsal olarak, insani değer yargıları oluşturan ilişkilerin yerini, televizyonun getirdiği yeni kültürlere bıraktığı görülmektedir. Televizyonda izlenen diziler ve reklamlar kültürler arası iletişimi çoğaltarak varlıklı ülkelerin zengin insanlarının yaşam statüsünü ön plana çıkarmaktadır (Koca, 1993: 35).

Televizyon, kültür yayma konusunda diğer medya araçları arasında açık ara öndedir. Televizyon diğer kitle iletişim araçları gibi asla ve masum değildir.

3.4.Küreselleşmenin Medyaya Etkileri ve Medyanın Küreselleşmesi

Küreselleşme ile küçülen dünyada, medya yoluyla toplumsal, kültürel, ticari, ekonomik ve siyasal değişim ve dönüşümler gerçekleştirilmektedir. Robertson (1999: 21); birey olarak insan, ulusal toplumlar, toplumlardan oluşan dünya sistemi ve insana dair her şeyi saran kolektivite olarak dört farklı yaşam düzeyi tanımlamaktadır. Küreselleşme ise, bu düzeyler arasında giderek artan etkileşimdir. Küresel tek bir dünya, bu yaşam düzeylerinin giderek artan bir şekilde birbirlerini belirleyici ve bağlayıcı olmaları sonucu dönüşüm geçiriyor olmasıdır (Tomlinson, 2004: 24).

Küreselleşme, ülkeler arasındaki ilişkilerin yaygınlaşması ve gelişmesi, ideolojik ayrımlara dayalı kutuplaşmaların çözülmesi, farklı toplumsal kültürlerin, inanç ve beklentilerinin daha iyi anlaşılması argümanı ile ortaya atılmış, fakat pratikte ekonomik modelden, kültürel kimlikten, dini boyuta kadar bütün unsurları ile Amerikanlaşma/Batılılaşma olarak varlığını sürdüren bir olgudur (Özdemir, 1998: 18).

Küreselleşme sürecinde, medya, kritik bir role sahiptir. Medya, bu rolü sayesinde, ekonomi, siyaset ve kültüre aracılık etmekle sınırlı olmayıp, bizzat kendi ticari çıkarları olan merkezi bir aktör konumundadır (Varol, 2017: 399-424). Medya, bu noktada küresel medya olarak arz-ı endam etmektedir.

Küresel medya kavramıyla genel olarak, coğrafi kapsamı küresel (veya en azından çok uluslu) nitelikte medya ağları veya teknolojisi anlatılmaktadır (Olausson, 2011: 136). Herman ve McChesney (2004: 9) küresel medyayı "günümüzün misyonerleri" olarak adlandırmaktadır. Küresel medya kuruluşları reklam verenlerin desteğine dayanan özel birer işletmedir. Medya ürünleri metalaştırılmış, vatandaşların ihtiyaçlarına değil, piyasanın amaçlarına hizmet etmek üzere tasarlanmıştır. McNair (2003)'e göre, medya ürünleri kültürel ürünlerdir.

4.KÜRESELLEŞMENİN MEDYA YOLUYLA YOKSULLAŞTIRICI ETKİSİ

Küreselleşme iletişim teknolojileri sayesinde toplumlarını ekonomik, siyasal ve kültürel boyutlarda birbirine yakınlaştırmıştır. Küreselleşmeyi Robertson (1992: 8): "Hem dünyanın küçülmesini simgeleyen, hem de bir bütün olarak dünya bilincinin güçlenmesini ifade eden" bir kavram olarak açıklamaktadır. Giddens (1990: 64) ise, küreselleşmeyi dünya çapındaki toplumsal ilişkilerin uzak yerleşimleri birbirine bağlayan, yerel unsurların millerce ötedeki olayları, millerce ötedeki olayların da yerel unsurları biçimlendirmesine yol açacak şekilde yoğunlaşması olarak tanımlamaktadır.

Küreselleşme, bir bütün olarak, dünyanın tamamı üzerinde, davranışlara, yaşam tarzına etkide bulunmuştur. Bu etkileme farklı kültürlere karşı ilgiyi arttırırken farklı kültürlerin direnç noktalarını da yok etmiştir. Bu durum, toplumlar arasında kültür alışverişini, bütünleşme ve değişim sürecini başlatmıştır. Bu duruma, ülkeden ülkeye yapılan göçlerin yadsınamaz bir etkisi olduğunu da söylemek mümkündür. Göçler, çeşitli coğrafyalarından farklı bölgelere kültürlerin taşınmasına sebep olmuştur. Örneğin Cezayir, Fas, Tunus gibi ülkelerden Avrupa ülkelerine olan göçlerin yeni hayat tarzı, yaşayış biçimi ve yeni kimlikler ortaya çıkardığı bilinmektedir. Bu şekilde, insanlar, gittikleri bölgelerde kendi yaşayış biçimlerini devam ettirmiş ve kültürler arası geçirgenlik başlamıştır. Küreselleşme bu noktada devreye kültür endüstrisini sokmuştur.

Küreselleşen medya ya da medyanın küreselleşmesinin yoksulluğa olumsuz etkilerinden en önemlisi medyanın yoksulluğu görünmezleştirmesi ve özellikle televizyon aracılığıyla yoksulluğu seyirlik hale dönüştürmüş olmasıdır. Medyanın bu yaklaşımı sayesinde, yoksulluk isyan, şiddet, suç vb. eğilimlerle bitiştirilmiş bir kriminal söylemin içine bırakılmıştır (Erdoğan, 2007: 308).

Medya, küreselleşme sürecinde kritik bir role sahip olmuştur. Bu rol nedeniyle medya küreselleşmiştir. Barnett (2002:136), medyanın küreselleşmesini, medya şirketlerinin sahipliğinde ve piyasa kontrolünde küresel medya aktörlerinin ortaya çıkmasına yol açan bir etkinlik olarak ifade etmektedir.

Medyanın küreselleşmesine yol açan unsurları; mesajların elektromanyetik dalgalar üzerinden iletilebilmesini mümkün kılan teknolojilerin geliştirilmesi şeklinde özetlenebilen iletişimin küreselleşmesi, 1980'lerden itibaren, medya üzerinde hükümet kontrollerinin azalması ve iletişim ve medya sektörlerinde yaşanan hukuki, ekonomik ve teknolojik değişikliklerin karmaşık etkileşimi sonucu ortaya çıkan yeni düzen anlamında deregülasyon uygulamaları ve küresel pazarda yalnızca büyük ölçekli ve bütünleşik şirketlerin etkili bir şekilde faaliyet

göstermesi anlamında medya sahipliği olmak üzere üç başlık altında sıralamak mümkündür (Varol, 2017:399-424).

4.1. Medyanın Etkileme Gücü

Medya, birey, toplumsal grup, toplumsal kurum ve organizasyonların; bilgi, kanaat, tutum, duygu ve davranışları üzerinde büyük oranda bir etkileme, durum belirleme ve gerçekliği şekillendirme konusunda, çok etkin bir role ve güce sahiptir (Arslan, 2004:1-10). Bu çok etkinlik ve güç; mülkiyet sahibi olanlar ve gelir (reklam) verenler tarafından kontrol edilmektedir. Medya bu etkinlik ve gücünü, olaylara ve gerçeklere kendi bakış açısını koyarak gerçekleştirir. Medyada doğru anlamında bir gerçek yoktur, ilgili medya kuruluşunun ya da reklam verenlerin doğrusu vardır. Medyanın zaman zaman belirlediği konulara dikkat çekip amaçlanan doğrultuda tepkiler meydana getirmek ya da reyting amaçlı haberler yapması bunun çarpıcı örneğidir.

Medya, bu etkinlik ve gücünü en fazla televizyon vasıtasıyla, televizyonun, bireylerin "simgesel çevrelerine" (symbolic environment) hükmetmedeki etkin gücü vasıtasıyla gerçekleştirir. Arslan (2004:1-10), bu etkiyi: " Televizyon ile ilgili olarak gerçekleştirilen "içerik analizleri" (content analysis) ve "kanaat-davranış araştırmaları" (opinion-attitude surveys), televizyon programlarının aile, eğitim, iş, yaş ve cinsiyet, doğum ve ölüm gibi bir çok toplumsal gerçeklikler konusunda deforme edici etkilerinin olduğunu; programlarda sergilenen mesajların toplumdaki suç işleme eğilimlerini tahrik edici ve şiddet olaylarını arttırıcı doğrultuda etki yaptığını olanca açıklığıyla ortaya koymuştur." şeklinde ifade etmiştir.

Medyanın gücü nedeniyle ortaya çıkardığı yeni bir insan türü çıkarmıştır. Bu tür her şeyini görünmeye endekslemiş bir varlık halinde arz-ı endam etmektedir. Bu durumu Atay (2017): "Var olmanın yolunun düşünmekten değil 'görünmek'ten geçtiği sanısının yaygınlaştığı bir dünya bu. Okumadan duramayan yazılı kültür insanının çok gerilerde kaldığı, seyretmeden duramayan görsel kültür insanının dünyası… Böyle bir dünyada okumaktan çok seyretmek, bilmekten çok görünmek, akla hitap etmekten çok göze hitap etmek, kafa yormaktan çok 'yorma kafanı' telkinine uğramak söz konusu. Görünüyorum O Halde Varım, bu dünya insanının ruh haline, itki ve yönelimlerine karşılık gelen bir ifade. Ancak kimsenin kimseyi umursamadığı, herkesin herkesten ürktüğü 'kalabalık yalnızlıklar' dünyasında , 'Var olmak görünmektir' ifadesi aslında bir 'sanı'dan ibaret olmaktan öteye de geçmiyor. Peki ya gerçekler? Gerçekler karşısında 'yorma kafanı' diyen çok olsa da…" sözleriyle ifade etmektedir.

Medya bu etkileme gücünü iletişimin gücünden almaktadır. Bilindiği üzre, iletişim, alıcı ile gönderici arasında gerçekleşen bir ilişki olarak tanımlanır. Medya özellikle televizyonlarda bu ilişkide alıcılar dinleyiciler-izleyicilerdir. Medyanın bilgiyi yayma ve geniş halk kitlelerini bilgilendirme aracı olma niteliği sanıldığı kadar masum değildir. McQuail (Aktaran: Boyd-Barrett ve Braham, 1995: 94)'in: "Medya bir taraftan bazı açıkları kapatırken, öte yandan var olan gediklere birçok yenilerini ekler." şeklindeki tespiti bunu açıkça ortaya koymaktadır. Klapper (Aktaran: Boyd-Barrett ve Braham, 1995: 84) de medyanın bu etkinlik ve gücünü; 1. Değiştirip dönüştürme, 2. Önemsiz değişiklikler yapma, 3. Kuvvetlendirme olmak üzere üç başlık altında ortaya koymaktadır.

McQuail (Aktaran: Boyd-Barrett ve Braham, 1995: 85), medyanın etkilerinin türlerini, zaman ve kasıtlılık kriterleri doğrultusunda;1. Uzun süreli ve önceden düşünülüp tasarlanmış etkiler, 2. Uzun süreli fakat kasıtlı olmayan etkiler, 3. Kısa süreli ve önceden düşünülüp tasarlanmış etkiler, 4. Kısa süreli fakat kasıtlı olmayan etkiler olmak üzere 4 ana başlık altında ele almıştır. Medyanın bu etkileri aşağıda yer alan Şekil 4.1.'de ortaya konmuştur.

Şekil 1.1. Medya Etkileri



Kaynak: Arslan, 2001: 36.

Medyanın bu etkinlik ve gücünü Arslan (2004:1-10) şu şekilde ifade etmektedir: "… öylesine bir silah ki, en gelişmiş teknolojiler kullanılarak imal edilmiş, silah sanayiinin en güçlü ürünleri bile yanında bir hiç kalır. Klasik silahlarla, tüfekle-tabancayla ancak bir kaç kişi, bilemediniz bir kaç on kişi yaralanır ya da ölebilir. Nükleer-biyolojik silahlarla binler, on binler, ya da belli bir bölgede yaşayan insanlar zarar görür. Fakat, ehil olmayan ellerde, insani ve toplumsal amaçlar dışında kullanılan medya, öylesi bir silaha dönüşür ki, bir anda milyonları imha edebilecek konuma ulaşır. Hem de hedefi tam on ikiden vurarak. Yani bireylerin alnının tam ortasını-beynini ve göğsünün sol alt yanını-kalbini hedef alarak… Sistematik olarak ve periyodik bir şekilde yinelenerek sergilenen görüntü ve imgeler bireylerin, özellikle de çocukların ve gençlerin cinsiyet, meslek ve siyasetle ilgili eğilim, tutum, duygu, değer, beklenti ve davranışlarında yoğun bir şekillendirici ve belirleyici etkiye sahiptir."

4.2.Medyanın Küreselleşmesinin Boyutları

Küreselleşme, ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel küreselleşme olarak yaşanmaktadır. Küreselleşmenin gücüyle birleşen medyanın gücü yani medyanın küreselleşmesi, bütün dünyada yeni bir medya düzeni kurulmasını sağlamıştır (Hjarvard (1999: 71). Bu yeni düzen toplumsal yaşamı ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel olmak üzere dört bakımdan büyük boyutlarda etkilemiştir.

4.2.1.Medyanın küreselleşmesinin ekonomik boyutu

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde ve medya sahipliğinde yaşanan gelişmeler yerel ve uluslararası birçok ekonomik parametrenin değişmesine yol açmıştır. Dolayısıyla, medyanın küreselleşme süreci bir bütün olarak ekonomik küreselleşmeden bağımsız düşünülemez.

Shangquan (2000: 1), küreselleşmenin ekonomik yanını, mal ve hizmetlerin, uluslararası sermaye akışının, sınır ötesi ticaretin giderek artması ve dünya ekonomilerinin giderek birbirine bağımlı hale gelmesi, şeklinde tanımlamıştır. Bu tanımdaki bağımlı hale gelmeyi sağlayan faktör; bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerdir. Bu gelişmeler telekomünikasyon ağları ve internetle birlikte radyo, televizyon ve sinemanın içinde yer aldığı bütün bir elektronik medya ve iletişim sektörü meydana getirmiştir.

Medyanın küreselleşmesinin ekonomik boyutunda, medya sahipliğinde yaşanan gelişmeler ön plana çıkmaktadır. Medya sahipliği çeşitli sebepler nedeniyle şirketler arası birleşmeler, şirket alımları, yeni pazarlara açılma gibi işlemler gerçekleştirmiş ve medya az sayıda dev holdingin kontrolünde olan aksak (oligopol) piyasa konumuna gelmiştir (Varol, 2017:399-424).

Medyanın küreselleşmesinin ekonomik boyutunda bir diğer aktör ise reklam yatırımlarıdır. Ülkelerdeki medya kuruluşlarını satın alan şirketler, daha sonra birçok ulusal reklam şirketini de satın almıştır. Bu satın almanın getirdiği sonuç ise medyanın medya dışı kuruluşların ihtiyaçlarını tamamlama ve destekleme işlevini yerine getirmesidir (Herman ve McChesney, 2004: 10). Medya holdinglerinin birinci amacının kârlılıklarını artırmak olduğu gerçeği de gözden ırak tutulmamalıdır. Bu nokta, medya ürünlerinin hem izleyici kitlesini artıracak hem

de izleyiciyi tüketime yönlendirecek şekilde tasarlanıp sunulmasının temel şartıdır. Morley ve Robins (1997: 30) bu durumu: "Daha önce radyo ve televizyon yayıncılığına egemen olan "kamu yararı" ilkesi yerini "kârlılık" ilkesine bırakmıştır" şeklinde ifade etmiştir.

4.2.2. Medyanın küreselleşmesinin siyasal boyutu

Medyanın küreselleşmesinin siyasal boyutu, medyanın, savaşların kaderini bile tayin edebilecek bir güce sahip olmasıdır (Cottle, 2009). Medyanın siyasal boyutu bu güç nedeniyle son derece etkilidir. Bu durumun küreselleşmenin siyasal yanıyla da ilgisi olduğu söylenebilir. Çünkü siyasal küreselleşme, devlet egemenliğini son derece sıkıntılı bir noktaya taşımıştır (Moghadam, 2012: 409-10). Küreselleşmiş bir medya, devletin ulusal sınırlar içindeki kendi medya kuruluşlarını eğitim ve kültür amacıyla kullanma, kontrol etme ve/veya düzenleme güçlerini de aşındırmıştır (Matos, 2012).

Unutulmaması gereken nokta; küresel medyanın günümüzün misyoneri olduğu gerçeğidir (Herman ve Mc Chesney, 2004: 9) ve bu misyonerler reklam verenlerin desteğine dayanarak, kamusal alanı aşındırma ve bir "eğlence kültürü" yaşatma faaliyetini göstermektedir. Bu nedenle medya ürünleri, birer kültürel üründür ve tüketimlerinin ideolojik sonuçları vardır (Brian McNair, 2006: 88).

4.2.3.Medyanın küreselleşmesinin sosyal boyutu

Medyanın küreselleşmesinin sosyal boyutlarından önce sosyal küreselleşmenin yaşandığını ifade etmek gerekir. Sosyal küreselleşme; fikir, bilgi, enformasyon, imge ve kişilerin yayılması olarak tanımlanmaktadır (Welfens, 2013: 5). Sosyal küreselleşme, insanların gündelik yaşamlarında, ilişki kurma kalıplarından, kullandıkları dile kadar bireysel kimliklerinde ulus-ötesi unsurların artmasını ve ülkeler arasındaki insan dolaşımının çoğalmasıdır. Sosyal küreselleşmenin iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sayesinde gerçekleştiğini söylemek gerekir. Sosyal küreselleşme, uydu televizyon, internet, bilgisayar, cep telefonu gibi medya ortamları sosyal ve kültürel coğrafyanın yeniden yapılanmasını sağlamaktır (Kaul, 2011: 1). Sosyal küreselleşme sayesinde, internetin ve diğer dijital teknolojilerin sağladığı altyapı ve imkânlarla, farklı mekânlardaki insanlara fiziksel sınırları aşarak iletişim kurma gücü verilmiş, farklı ülkelerdeki kişi ve gruplar sanal ortamlarda bir araya gelerek aralarındaki ilişkileri yoğunlaştırmışlar ve sanal topluluklar oluşturmuşlardır.

Medyanın küreselleşmesi, sosyal küreselleşme hızlandırmıştır. Medya, sosyal küreselleşmeyi ya doğrudan reklamlar üzerinden ya da tüketime dayalı bireysel bir yaşam tarzının desteklenmesi yoluyla yapmaktadır. Medyanın küreselleşmesinin sosyal boyutunda, bireysel kimliğin ve topluluk kimliğinin şekillenmesi, kültür ve dil çeşitliliği, siyasal sürece katılım, kamusal alanla bütünleşme, kamusal alanda enformasyon ve bilginin bulunurluğu, medyanın gelişme, eğitim ve insan hakları amaçları için kullanılması gibi kritik sosyal süreçler yaşanmaktadır. Bütün bunları içine alan temel amaç ise insanları tüketime dayalı bireysel bir yaşam tarzında buluşacak şekilde yönlendirmektir (Siochru, 2004: 1).

Medyanın küreselleşmesinin sosyal boyutu olarak (farklı ülkelerin insanları oldukları halde), insanların ortak okuma, eleştiri ve zevklere sahip kişiler olarak küresel bir kimlikte buluşmaktadır. Bu kimliğe "duygu topluluğu" diyenler de vardır (Appadurai, 1996: 8). Bu kimliğin dili günümüzde efendi-köle ilişkisini yansıtmakta olan İngilizce'dir (Eijas ve Ahmad, 2011: 103). Gelişmekte olan ülkelerde de küresel medyanın dili ağırlıklı olarak İngilizce'dir. Oysa ulusal duygular başka bir dilde yaşanamaz, anlatılamaz ve aktarılamaz.

Medyanın küreselleşmesinin sosyal boyutunda fakirleştirici etkisini gözden kaçırmamak gerekir. Çünkü medyanın küreselleşmesinin sosyal sonuçları olarak istihdam ilişkileri ve şartlar yeniden yapılandırılmış ve ucuz emeğe dayalı olarak serbest dolaşan sermayeye yönelik uluslararası rekabet ortaya çıkmıştır (Siochru, 2004: 1).

4.2.4.Medyanın küreselleşmesinin kültürel boyutu

Kültürel küreselleşmeyi: " Dünyanın bir yerinde üretilen bilgi, mal ve imgelerin küresel dolaşıma girerek ulus, bölge ve bireyler arasındaki kültürel farklılıkları 'düzleştirme' eğiliminde olan süreç" olarak tanımlamak mümkündür (Heywood, 2011: 147). Medyanın küreselleşmesinin kültürel boyutunda, küresel kültürün ağırlıklı olarak küresel şirketlerin kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirilmesi ve başta ABD olmak üzere Batı merkezli bir küresel kitle kültürünün yaratılmak istenmesi vardır. Çünkü küresel ölçekte üretilip dağıtılan medya metinleri birer kültürel üründür ve kültürel pratikleri birbirine bağlamaktadır (Burton, 2005: 329). Medya

metinlerinin kültürü şekillendirmedeki rolü medyadaki küreselleşmeyi kültürel küreselleşmenin en önemli belirleyicisi haline getirmiştir (Varol, 2017:399-424).

Kültürel küreselleşme, kültürel homojenleşmeye yol açmaktadır. Kültürel homojenleşme, başta ABD olmak üzere Batılı ülkelerin siyasal, ekonomik, toplumsal ve kültürel değerlerinin dünya üzerinde egemen değerler haline getirilmesinden başka bir şey değildir. Kültürel küreselleşme; "Amerikan yaşam tarzının küreselleşmesi"dir. Küreselle yerel olanın birlikte var olduğu yeni küreselleşme türü Batı merkezli küresel kitle kültürünü oluşturmaktadır (Hall, 1991: 28, 32). Aslında küresel medya devleri çok uluslu olmakla birlikte, ağırlıklı olarak Batılı, özellikle de ABD'li şirketlerdir. Ritzer (1996'dan Aktaran: Kellner ve Pierce, 2007: 388)'in kültürel küreselleşmenin aslında Amerikan kültürünün küreselleşmesi ve "McDonaldlaştırma" dediği konu da budur. Ritzer, "McDonaldlaştırma" kavramıyla, Amerikan tüketim kültürü ikonlarının, üretim sürecinin ve tüketim kalıplarının McDonald's fastfood restoranlarında olduğu gibi franchising sistemiyle farklı ülkelere aktarıldığını ifade etmektedir. Franchising sistemi salt ticari bir olgu değildir. Onun yanında, modern rasyonalizasyon süreçleri, modern üretim ve teslimat uygulamaları ve tek tip değiş tokuş ilişkileri içinde tüketim kültürü temelindeki yaşam tarzıdır. Ritzer'in "McDonaldlaştırma" ile ifade ettiği, farklı ülkelerdeki insanların, farklı sosyal ve kültürel ortamlarda olmalarına rağmen aynı müziği dinlemesi, aynı kitapları okuması, aynı filmleri ve aynı televizyon programlarını izlemesidir. Bunun çarpıcı örneğini Steven (2004: 17) şu şekilde ifade etmektedir: "Soweto'daki gençler ABD hip-hop müziğini dinlemekte, Çin'in Guangdong ilindeki insanlar Jackie Chan'ın korsan kasetlerini izlemekte, Toronto'daki Sri Lankalı mültecilerin çocukları okuldan eve geldiklerinde marketten kiraladıkları Tamil filmlerinin önüne oturmaktadır. Dünyanın hemen hemen her yerindeki gençler ve onların küçük kardeşleri Bart ve Lisa Simpson'ı tanımaktadır".

Matos (2012), kültürel küreselleşmenin kültürel çeşitliliği giderek yok ettiğini ve kültürel homojenleşmeye yol açtığını yazmaktadır. "Kültürel homojenleşme de Batı-Amerikan kültürünün değerlerinin benimsetilmesidir. De Block ve Buckingham (2007: 5) ise, ABD medyasının kültürel homojenleşmenin en güçlü aracı olduğunu ileri sürmektedir. ABD bu sayede, medya vasıtasıyla, yerel kültürlere tek bir ideoloji ve dünya görüşü yükleyerek, tek bir ideolojinin ve dünya görüşünün yaşanmasını sağlamaya çalışmakta bu şekilde, ABD, fiziksel işgalden daha çok, "Coca-colalaştırma" yaparak, ideolojik ve kültürel egemenliğini kurmaktadır.

4.3.Tüketim Kültürü

Tüketim Kültürü, klasik anlamdaki kültürden farklı olarak, tüketimin bir göstergeler ve semboller ağı olarak gündelik hayata nüfuz ettiği modern toplumların kültürüdür. Bu kültür, tüketimle statü arasında bir bağ kuran ve tüketimi statü satın alımı olarak gören bir kültür anlayışıdır. Tüketim kültürü yalnızca daha çok alışveriş etmeye özendirmekle kalmaz, ayrıca toplumdaki bireylerin kimliğini ve doyum hissini nesneler aracılığıyla aramasını, bireyselliğin ürünler arasında yapılan 'seçimler' aracılığıyla dışa vurulmasını talep eder (Kilbourne, 2006).

Tüketim kültürü, çoğunluğun hedeflerini mal sahipliği temelinde formüle ettiği toplum biçimidir. Bu toplum bireyleri elde etme -alışveriş- isteğiyle kuşatılmışlar ve kimliklerinin bir kısmını satın aldıkları ve çevreye gösterdikleri bu yeni ürünlerden elde etmişlerdir (Stearns, 2001).

Küreselleşmenin medya ve kültür vasıtasıyla yoksullaştırıcı etkisi bu noktada ortaya çıkmaktadır. Çünkü nesneler kulanım değerleriyle değil de gösterge değerleriyle tanımlanmaya başlanınca tüketim arzusu zirveye çıkmaktadır. Bu nokta, nesnelerin atmak yerine saklandığı, bozmak yerine tamir edildiği, harcamak yerine biriktirildiği durumdan 'kullan-at' kültürüne, geçişin yapıldığı noktadır. Bu nokta, artık nesnelerin kullanım değerinden (içeriğinden) daha çok, gösterge değerinin (biçiminin) anlam ifade ettiği, nesnelerin bir 'statü rekabetinin' dolayımları haline geldiği noktadır.

Frederic (1929:120-121)'in: "Pahalı eşyaların ya da sıra dışı tutkuların sergilenmesi sahibinin ekonomik gücüne ve özsaygısına işaret eder… Bugün "gösterişçi tüketim" yapıyoruz fakat düne oranla farklı nesnelerle. Örneğin giydiğimiz giysilerin; sahip olduğumuz mücevherlerin, kürklerin, mobilyaların; sürdüğümüz araba ve oturduğumuz evin ya da yaşam şeklimizin tarzı ve inceliğiyle…" diye tanımladığı husus budur. Bu konuyu Douglas ve Isherwood (1999:5,77), daha da ileri giderek şöyle tanımlar:"Malların yemeye, giyinmeye ve barınmaya yaradığını unutun; kullanımdaki faydalarını unutun ve onun yerine metaların düşünmeye yaradığı fikrini deneyin; metaları insanın yaratma yetisinin sözel olmayan bir kanalı olarak ele alın."

Tüketim kültürünün en temel özelliği; sonu gelmeyen tatmin arayışıdır. Bu arayış, tüketim kültürünün öncü kuvvetidir.

4.4. Melezleştirme

Küreselleşmenin günümüz insanlığına hediyesi melezleşme kavramıdır. Melezleşme küreselleşmenin en önemli unsurudur. Melezleşme, küresel ve yerel olan kültürel kod ve aktörlerin, benzersiz karışımlarıyla birlikte, zaman içinde artan bir farklılığıdır.

Berger ve Huntington (2003: 19); melezleşme örneği olarak, Çin'in küresel ekonomiyle bütünleştikçe ortaya çıkan "Konfüçyüsçü Tüccar" kavramını ve Bangalor da yazılım mühendislerinin bilgisayarların Hindu geleneklerine göre süslemesini göstermektedir. Keza Thai boksu yapan Faslı kadınları izlemek üzere Amsterdam'a giden Ugandalı turistlerin durumu, Suudi Arabistanlı bir Arap şahsın sahibi olduğu Londra'da bir kulüpte çalışan Güney Amerikalı bir orkestranın çaldığı Asya rap müziğini izleyen Arjantinlileri melezleşme konusunda örnek olarak göstermek mümkündür (Ritzer, 2010: 273). Aynı şekilde; NATO'nun 7 Mayıs 1999'da Belgrad'da Çin Büyükelçiliğini bombalamasına karşı düzenlenen öğrenci gösterileri sırasında, Pekin'deki ABD Büyükelçiliği önünde "Kahrolsun Amerikan Emperyalizmi" diye bağıran birçok protestocu gencin bir yandan da Coca Cola içmekte olması, internetten mesaj göndererek Batı kültürünün istilasına karşı direniş hareketi çağrısında bulunan bazı Çinli gençlerin, mesajlarını İngilizce yazarak imza olarak John ve Frank gibi İngilizce adlar kullanması, melezleşmenin diğer örnekleri olarak sayılabilir (Berger ve Huntington, 2003: 28).

Küreselleşme, melezleşme yoluyla, hakim tek bir kültürün taşıyıcılığını yapmaktadır. Bu kültür tipik Batı-Amerikan kültürüdür. Yerel kültürün kendi yerinden Batı-Amerikan dünyasına taşınması Batı- Amerikan dünyası için bir tehlike oluşturmaz. Çünkü o kültür melezdir. Melez olan o kültürün varlığı kendinden ibarettir, doğurgan değildir. Bir sonraki nesle aktarımı da söz konusu değildir. Melez kültür aslında, göstermelik bir saadet gösteriminden ibarettir.

4.5. Kitle Kültürü ve Kültür Endüstrisi

Kitle kültürü, büyük sermayenin endüstriyel ortamlarda ürettiği tek tip, kolay tüketilen, sürekli yeni ve farklı olma özelliği taşıması beklenen, tüketicisine geçici tatminler sunan ve kitle iletişim araçları tarafından biçimlenen enformasyona dayalı bir kültürdür (Güneş 2006: 128). Kitle kültürü, müzik, edebiyat, giyim-kuşam, beslenme gibi yaşamın hemen hemen her alanında, kitlenin anlık tüketimine elverişli bir özellik taşımaktadır.

Kültür endüstrisi, kültürel ürünlerin teknolojik ortamda seri, tek tip ve hızlı bir şekilde üretilerek yayımlanması ile işlevini sürdürmesi demektir. Kültür endüstrisine göre, üretilen ürünler, yabancılaşmış, tek- tipleşmiş ve yapaylaşmıştır.

Kültür endüstrisinin en etkin silahı olan medya, toplumun kültürel yapısını kendi ihtiyacı ve çıkarı doğrultusunda, kendi koşullarında üreterek, kendi işleyiş mantığına göre pazarlamaktadır (Güneş 2001: 127-128). Medya bunu yaparken de özel bir davranış kalıpları geliştirmektedir. Bu davranış kalıplarını özellikle tvlerde dizi ve program ve filmlerle empoze etmektedir. Bu davranış kalıplarını, hedonist anlayışla üretilmiş "çalış, ye, iç, oyna, dünya boş, yaşam hoş" türü programlarda görmek mümkündür.

4.6. Küreselleşmenin Medya Gücü ve Yoksullaştırma

Kültür endüstrisi, yeni olanla eski olanı birleştirerek yeni bir nitelik ortaya çıkarmak gibi bir özelliğe sahiptir. Kültür endüstrisi sayesinde, tüm sektörler, kitlelerin isteklerine ve tüketimine göre düzenlenen ve o tüketimin esas yapısını belirleyen ürünler üretmek ve birbirlerinin açıklarını kapatarak, birbiriyle işbirliği içinde çalışarak tüketicinin isteklerini ve ihtiyaçlarını karşılamaya başlar. Kültür endüstrisi, bunu, sektörlerin birbirleriyle bağlantılı çalışmasını, ekonomik ve yönetsel açıdan yoğunlaşmasını sağlayarak gerçekleştirir. Burada kültür endüstrisinin nihai hedefinin toplumsal refah olmadığı, bütün tüketicilerinin kendisine bağımlı kılınması olduğu gözden uzak tutulmamalıdır (Adorno, 2003: 86).

Küreselleşme, kültür endüstrisi ile dünyaya yayılırken kültür endüstrisi de popüler kültür ile yoluna devam etmektedir. Küresel kültür; popüler kültür vasıtasıyla yayılmaktadır. Popüler kültürün yaygınlaşması istemi ve uygulaması doğrudan tüketimle ilgilidir. Popüler kültür, kültürün yaygınlaşmasını medya aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Medya, popüler kültürün yayılmasının öncü ve esas kuvvetidir. Berger ve Huntington (2003: 15) bu durumu şu şekilde yazmaktadır: "1970'de Şili'deki hanelerin yüzde 10.3'ünde televizyon vardı; 1999'da yüzde 91.4'e çıkmıştı. Şili'de yayınlanan televizyon programlarının bir bölümü yerli yapım olmakla birlikte, yurtdışından çoğunlukla da Amerikan medyasından alınan içeriğin miktarı dev boyutlardaydı."

Medya sadece bir araçtır. Asıl işlev görenler Batı dünyasında üretilen diziler, televizyon programları ve sinema filmleridir. Bunlar, Batı dünyasının kendi ideolojisini, yaşam tarzını gelişmekte olan ülkelere taşımakta köprü görevi ifa ederler. Gelişmekte olan ülkelerin kendi televizyonlarını kurmaları bir yanılsamadan ibarettir. Bilgi ve teknoloji zengini ülkeler, uluslararası düzeyde televizyon programlarını diğer ülkelere tek yönlü olarak ihraç ederler. Burada hedef, kültür endüstrisi, popüler kültür, medya ve programlarla kitlelerin bilinçaltını etkilemek ve kitleleri sistemin bir parçası haline dönüştürmektir. Bu çark dönmeye başladığında kısa süre sonra kitlelerin bir tüketici olarak hayatın öznesi olmaktan çıkıp nesnesi olma süreci başlar. Bu süreç, kültür endüstrisinin egemenlik sürecidir. Buradaki ayrıntı, kitlelerin köleliği gönüllü olarak tercih etmeleri gerçeğidir. Gözden kaçırılmaması gereken husus, kültür endüstrisinin adındaki kültürün aksine, kâr güdüsüyle çalıştığı ve kâr ettikçe bunu çeşitli kültürel formlara aktardığıdır. Kültürel formlar aslında, piyasaya sürülen mallardır. Nesneleşen insanın kültürel formu mallar olunca, kültürler arası ilişkiler de taşlaşır. Oyunun bundan sonrası kolaydır. Oyunun bundan sonrası, kültür endüstrisinin kültürel varlıklarla ilgili bir anlam atfetmediği süreçtir. Bu süreçte kafa bulanıklığı yaşanır. Bunun sebebi şudur; bu süreçte kültür endüstrisinin temelinde var olan kâr güdüsü şekil değiştirir ve bizzat kârın kendisi olur. Bundan sonrasında kâr, kültür endüstrisinin kendi özü haline dönüşmüştür ve her durumda yerine getirilmesi şart olan bir şeydir (Adorno, 2003: 100).

Kültür endüstrisi açısından küreselleşmenin anlamında saklı olan şey, küreselleşmeyle birlikte tüketimin, ekonomik bir olgu olmaktan daha çok, sosyo-kültürel bir tutum ve yaklaşım olduğudur. Bu noktada tüketim; bir kimlik belirleme vasıtasıdır. Başka bir ifadeyle kimlik kazanma aracıdır. Çünkü küreselleşmede, insanların kim olduklarının ifadesi, onların tüketimlerinde ve tüketim alışkanlıklarında ortaya konmaktadır. Dünya genelinde 65 ülkede 26 bin şubesi bulunan ve 2018 yılı ilk 5 ayında İtalya'da 1, Çin'de 3300 şubesi olan Starbucks'ın, Türkiye'de 2012 yılında 150 şubesi varken, bu şube sayısının 2017 yılında 400'e, 2018 yılında (yaklaşık) 500'e ulaşması ve Türkiye'nin en hızlı büyüyen beşinci pazarı olması bundandır. Bir bardak Starbucks ile gezmek ya da herhangi bir Starbucks şubesinde görünmek, gelişmekte olan ülke insanları için bir şeref nişanı konumundadır. Benzeri bir durum McDonalds ya da başka benzeri bir marka için de geçerlidir.

Buradaki ince ayrıntı, tüketimin, tüketim ekonomisinin, toplumsal, kültürel ve politik işlevlere sahip olduğu gerçeğidir. Çünkü kültür endüstrisi demek; dağıtılan malların rasyonelleştirilmesi ve standardizasyonu demektir. Adorno (2003: 77), kültür endüstrisinin işleyiş yöntemleri ve içeriğinin insani olmaktan ne kadar uzaklaşırsa, o kadar başarılı olacağını, sözde yüce kişilikleri yaygınlaştıracağını, krize girmiş eski sektör ve eski modaların krizden ancak kültür endüstrisinin bu yönüyle kurtulabileceklerini ifade etmektedir. Bunu yapamayanları bekleyen akıbet yok olup girmektir.[1]

Küreselleşme kültür endüstrisi yoluyla giyim tarzı, yeme- içme biçimlerini değiştirirken model bir tüketici tipi meydana getirmiştir. Berger ve Huntington (2003: 29-31); Çin iş çevrelerinde bazı bireyler Batılı bir yaşam biçimi sürdürdüğünü, iş yerindeyken tıpkı New York'taki veya Londra'da ki benzerleri gibi davrandığını, birçoğunun düzenli olarak Amerika ve Avrupa seyahatlerine çıktığını yazmaktadır.

Küreselleşme sürecinde medya merkezî bir konuma sahiptir. Tomlinson (2004) medyanın bir yandan küreselleşme sayesinde geniş bir etkiye sahip olduğunu yani sınırsız olduğunu diğer yanda da kültürel deneyimin tek kaynağı olmadığı için sınırlı olduğunu yazmaktadır.

Küreselleşme, gelişmekte olan ülkelerdeki insanların davranışlarını, inançlarını, arzularını, yaşam biçimlerini, tüketim esnasında seçim yapma yetilerini etki altına almaktadır. Özellikle televizyonlarda gösterilen dizi ve filmlerin kahramanlarının sergiledikleri davranışlar, kitleleri etkilemektedir. Gelişmekte olan ülkeler, televizyon ve diğer iletişim araçlarında gösterilen dizi ve filmlerin ideolojik boyutunu idrak etmekte geç kalmaktadır.

Medyanın yoksullaştırıcı etkisi, tüketim ve davranış alışkanlıklarının değiştirilmesi suretiyle yapılmaktadır. Bunun Türkiye için çarpıcı örneklerinden biri bir pizza markasıyla ilgili yaşananlardır. 1989 yılında Türkiye'ye yatırım yapıp başarısız olan bir pizza firması, 1991 yapımı Murakami-Wolf-Swenson Productions'ın ürettiği bir çizgi film vasıtasıyla 1994'lerde, büyük bir pazar payı elde etmiştir. Pizza firmasının elde ettiği pazar payının geleneksel üretimi olan pide ve lahmacun pazar payından olduğu bir gerçektir (Ekinci, 2015). Keza, Amerikan

[1]Küreselleşmenin kültür endüstrisi ile ilişkisine çarpıcı bir örnek de Hindistan'daki profesyonel mektup yazıcılarının durumudur. Hindistan'da ki profesyonel mektup yazıcılarının sayısı bitmek üzeredir. Öteden beri, Hindistan'da mektup yazıcıları, genel olarak, postahane gibi önemli yerlerde bulunurlar. Okuma yazma bilmeyen yerli halk ve göçmenler onların yanına gelerek mektup yazdırır. Ancak Hindistan'da cep telefonlarının yaygın olarak kullanılır hale gelmesi, profesyonel mektup yazıcılarının işsiz kalmasına neden olmuştur (Ritzer, 2010:277-278).

filmleri ve dizilerinde Apple bilgisayarlarının görünmesi ya da hemen hemen her filmde oyunculardan bir ya da birkaçının sabah işe giderken elinde Starbucks kahve ile görünmesi hem yerli üretimin sonunun gelmesi hem de yeni bir yaşam tarzının tüketim alışkanlığı ile birlikte sunulmasından başka bir şey değildir. Benzer bir durum geleneksel içecek olan yerel gazozlar ve artan için de geçerlidir. Dev reklam kampanyaları, cazip reklam sunumları yerel üretimin piyasa payını küçültmüş ve yerel gazoz üreticilerinin büyük bir kısmı fabrikalarını kapatmak zorunda kalmıştır. Aynı durum ayranla ilgili olarak yerel süt işleyicileri olan mandıralarında akıbetini etkilemiş ve büyük bir kısmı kapanmak durumunda kalmıştır. Kapanan gazoz fabrikaları, kapanan mandıralar, kapanan pide ve lahmacun işyerleri gibi yerel üretim alanındaki gerilime; medyanın fakirleştirici etkisinin göze çarpanlarıdır. Bu örnekleri çoğaltmak mümkündür.

4.6.1. Televizyonun gücü ve yoksullaştırıcı etkisi

Küreselleşme sömürü gücünü medya vasıtasıyla sürdürmektedir. Medya içinde de Televizyon başat rol oynamaktadır. Bu durumu Postman (2016: 91-92) çarpıcı bir şekilde şu ifadelerle ortaya koymaktadır: "Televizyon görüntü ile çılgınlığın etkileşimini mükemmel ve tehlikeli bir kusursuzluk katına çıkararak telgraf ile fotoğrafın epistemolojik yönelimlerini en güçlü biçimde dışa vurmayı sağlamıştır. Üstelik onları evlerin içine kadar getirmiştir. Şimdi biz ilk ve en yakın öğretmeni ayrıca çoğumuz için en güvenilir yoldaşı ve dostu televizyon olan ikinci kuşak çocuklarla bir arada yaşıyoruz. Daha açık bir dille ifade edersek, televizyon yeni epistemolojinin kumanda merkezidir. En ufak çocuklar dahi televizyon izlemekten men edilmezler. En berbat yoksulluk bile televizyondan vazgeçmeyi gerektirmez. En yüce eğitim sistemi bile televizyonun belirleyiciliğinden kurtulamaz. Ve en önemlisi kamuoyunu ilgilendiren bir hiçbir konu (politika, haber, eğitim, din, bilim, spor) televizyonun ilgi alanının dışında kalmaz. Yani halkın bu konuları kavrayış biçimi tamamen televizyonun yönelimleriyle şekillenmektedir.

Televizyon daha ince yollarla da kumanda merkezidir örneğin diğer medya araçlarından yararlanışımız ağırlıklı televizyonun yönlendiriciliğiyle olmaktadır. Telefon sisteminin nasıl kullanılacağını, hangi filmlerin görüleceğini, hangi kitap, kaset ve dergilerin alınacağını, hangi radyo programlarının dinleneceğini televizyondan öğreniriz. Televizyon iletişim ortamımızı başka hiçbir iletişim aracının gücünün yetmeyeceği tarzlarda bizim adımıza düzenler."

Tüketim kültürünün başyapıtı televizyondur. Televizyon bu görevini yani tüketim toplumu değerlerini yaymayı yarışma' programları ile yerine getirmektedir. Yarışma reklamlara karşı önyargısı olanların rahatlıkla ilgi alanına giren soft programlardır. Bazen yarışmaların içine gündelik tüketim eşyaları da dahil edilerek 'reklam-yarışmaları yapılıyor olsa da yarışma programlarının temel amacı tüketim toplumunu oluşturmaktır.

Küreselleşme ile medya bir kâr alanı olarak görülmüş ve nihayetinde özel girişimin konusu haline gelmiştir. Bu noktada kamusal alan özel sektöre taşınmıştır. Liechty (2002: 261), medya ürünlerinin tüketim malları olduğunu, bu ürünlerin tüketiminin, diğer metaların tüketiminden ayrılmadığını yazmaktadır.

4.6.2.Reklamın gücü

Küreselleşme, kültür endüstrisini kullanarak ekonomi ve politika aracılığıyla kültürü yönlendirmekte ve kültür tüketicisi olgusunu meydana getirmektedir. Adorno (2003: 45) kültür tüketicisi olarak; "Kendini feda etmeyi seven", "Moda olanı izleyen" ve bu nedenle, dün kendinden geçercesine bağlandığı şeye, o zaman kendinden geçerek bağlandığı için öfke duyan, bu şekilde kendinden öç alan davranış özelliğine sahip kişi olarak tanımlamaktadır. Adorno, yönlendirmenin reklam vasıtasıyla olduğunu yazmaktadır. Adorno (2003: 56)'ya göre, izleyici, reklamların üstün gücüne teslim olmakta, onlardan etkilenmekte ve dayatmalar sonucu "ruhsal huzur satın almaya" çalışmaktadır.

Küreselleşme medya vasıtasıyla gücüne güç katarken reklam levyesini kullanmıştır. Reklamlar, tüketimi zorunlu ihtiyaçların giderilmesi olmaktan çıkarmış ve arzuların tatminine dönüştürerek psikolojinin alanına taşımıştır. Bununla beraber reklamlar, kitle iletişim araçlarının hızla çoğalmasına ve sosyal hayatın giderek daha fazla oranda kitle iletişim araçlarından akan iletilerce kuşatılmasına yol açmıştır.

Reklamların etkisi sadece tüketimle sınırlı değildir. Reklamlar karamsar bir dünya yaratmanın baş aktörüdür. Küreselleşme, medyanın önemini arttırırken medya da reklam endüstrisini büyütmüştür. Buradaki ayrıntı, küreselleşmenin medyayı kullanmasıyla üretim tarzının yok olması ve yeni bir tüketim tarzının yerleşmesidir.

Macdonald ve Myers (1998:125)'ın:"Kapitalist şirketlerin bir talebi algılayıp, sonra da o talebe uygun üretimde bulunmaları sıra dışı bir vakadır. Çok daha yaygın olan, sermayenin önce metaları üretip, sonra da onlar için 'ihtiyaç' oluşturmasıdır. Hulahoop'tan helikoptere, tekerlekli patenden Rolls-Royce'a dek tüm örneklerde ürün talepten önce gelir. Reklam bu yüzden modern kapitalizmin sacayaklarından biridir" tespiti bu bakımdan önemlidir. Murdock ve Janus (1985: 7)'un Nestle ve Brezilya örneği de çarpıcıdır. Bilindiği üzre Brezilya kahve üretiminde ve ithalatında dünya çapında lider bir ülkedir. Dolayısıyla Brezilya'da halk istediği zaman bol ve ucuz bir şekilde kahveye içebilmektedir (bu cümlenin içebilmekteydi şeklinde sonuçlanması daha doğru olacaktı). Nestle firması, kahvenin anavatanlarından olan Brezilya'ya, toprakları kahve ağaçlarıyla dolu olan Brezilya halkına, o güne kadar hiç fark etmediği yepyeni bir 'ihtiyacı' olduğunu fark ettirilmiş ve hazır kahve (Neskafe) tamamen medya ve reklamların gücüyle sokmayı başarmıştır.

Küreselleşme ve medyanın yoksullaştırıcı etkisinde kullandığı en büyük silah reklamdır. Reklam geniş kitlelere rahatlıkla ulaşabilen bir mekanizmadır. Reklam, kişileri ürün ve hizmetler hakkında sadece bilgilendirmek ve o ürünleri nasıl kullanacakları hakkında bilgi vermekle kalmaz, o insanların beğenileri üzerinde etkili olmak suretiyle onların beğenilerini, tercihlerini, hayat tarzlarını değiştirir.

Reklamın görünmeyen yüzünde, çeşitli psikolojik oyunlar vardır. Gelişmekte olan ülkelerde reklam, modernliği ve bilgiyi temsil ettiğinden toplumsal değişim sürecinde çok etkilidir. Genel olarak reklamda kadınlar; ev işlerini yapan, çocuklara bakan veya cinsellikle öne çıkan rolündedir. Buna karşılık erkekler güçlü, çalışan, başarılı rollerdedir. Bunun yanında reklamlardan en çok etkilenen kesim çocuklardır. Çocuklar reklamların mesajını aynen kabul eder.

Berger (2010), reklam özünde özlem uyandırıcı bir şey olduğunu ve görevinin de geçmişi geleceğe satmak olduğunu yazmaktadır. Reklamın yoksullaştırıcı etkisi, seyredenlerin hayatlarında olmayan şeyleri, olmasını istedikleri şeyleri bulmalarıyla başlar. Sosyal medyanın yalnızlaştırdığı insanlar, bu yalnızlıktan çıkışı, reklamı yapılan ürün veya hizmetleri almakta bulurlar. Bu noktada, reklamın sosyal etkisi devreye girer. Reklamın etkisiyle yapılan tüketimin ihtiyaca bağlı olduğunu söylemek mümkün değildir. Bu noktada salt tüketim amaçlı bir tüketim başlar ve bu da toplumu yoksullaştırır.

SONUÇ

Küreselleşme varlığını medya ve kültüre borçludur. Çünkü tüketim toplumu oluşturmanın birinci adımı yani tüketici değerlerinin oluşumu kitle iletişim araçları sayesinde gerçekleşmektedir. Televizyon, kitle iletişim araçlarının içinde en etkili olanıdır. Televizyon, yukarıda adı geçen tüketici değerlerinin iletilerini mahrem kabul edilen evlere hatta evlerin yatak odalarına kadar sokma gücüne sahiptir.

Küreselleşme kitle iletişim araçları ve en çok da televizyon vasıtasıyla tüketimi yaymaktadır. Halbuki tüketim insanlığın önündeki en acil sorunlardan biridir. Nelson (1996:10-17)'un: "New York şehrine her gün, ancak askeri bir istilayla karşılaştırılabilecek ölçüde kamyon, tren, gemi ve uçaklardan oluşan bir donanma 20 bin ton yiyecek taşıyor ve bir başka donanma da her gün 26 bin ton katı atığı New York dışına çıkarıyor." şeklindeki tespiti bu sorunun devasa boyutunun anlaşılması bakımından önemlidir. Keza Wackernagel ve Rees (1996:15) de bu konuyu şu ifadelerle ortaya koymaktadır: "Eğer dünyadaki herkes Kuzey Amerikalılar gibi yaşayacak olursa, yeterli kaynakları üretmek ve ortaya çıkan çöpü saklayabilmek için iki gezegene daha ihtiyacımız olur."

Küreselleşme kitle iletişim araçlarını besleyerek o konuda dev yatırımların ve büyük gelişmelerin önünü açmıştır. Buradaki ince ayrıntı, tüketimin arttırılmasıdır. Çünkü günümüzde internet ve televizyon gibi devasa ağlar sayesinde yeni bir ürün piyasa sunulduğu anda küresel çapta tanınmakta ve talep görmektedir.

Adorno (2003: 36), kültürün, insanın bir toplum içersinde kendisini rahat hissettirdiğini ve uyuşturduğunu, kültür endüstrisinin, kitlelerin var olan sorunu olmadığını ve kendiliğinden ortaya çıkmadığını, kültürel varlıkların kâr güdüsüyle üretilen standartlaştırılmış mallara dönüştüğünü ifade etmektedir.

Adorno (2003: 36)'ya göre, endüstriyel ürünler vasıtasıyla insanlar istemedikleri dünyaya eklenmekte ve sistemin bu şekilde güçlendiğini ve bu şekilde bir yanda kültürün endüstrileştiğini diğer yanda da endüstrinin küreselleştiğini yazmaktadır. Kültür endüstrisinde bireylerin özgür seçim düşüncesi ve kendiliğindenliği söz konusu olamaz.

Küreselleşmenin aslında Amerikan yaşam biçiminin tüm dünya ülkelerinde egemen olması ulusal ve yerel kültürlerden uzaklaşılması ve zengin bir kültür çeşitliliğinden tek kültüre doğru gidilmesinden başka bir şey değildir. Esasen küreselleşme: "Kimi durumlarda diğer kültürlerden aldığı unsurları da bütünleştirilmiş olan

günümüz Batılı sosyo-ekonomik ve kültürel şablonun dünya çapında ihracı ve empoze edilesi"dir (Gökdere, 2001: 95).

Sonuç itibari ile küreselleşmenin medya vasıtasıyla ve en çokta televizyonu kullanarak bir yoksullaştırma aracı olduğunu söylemek mümkündür. Bu araç, ağunun balla birlikte sunulması örneğinde olduğu gibi, başta mutluluk vaad etmekte ancak zaman içinde yerel olanı yok ederek işsizliği ortaya çıkarmakta ve fakirleşmeye neden olmaktadır.

Küreselleşme aynı zamanda sermaye temerküzü meydana getirerek kronik anlamda bir yoksulaştırma faaliyetini de gerçekleştirmektedir. Bu yoksullaştırmanın anlaşılmaması için yine medya üzerinde sürekli olarak yoksulluğun kaldırılacağına dair masallar anlatılarak kitlelerin uyanmamasına azami gayret gösterilmektedir. Bu olağanüstü başarılı çalışmanın tezahürü olarak, insanların geçmişte kurtulmak için büyük mücadeleler verdikleri köleliği, bugün, gönüllü olarak kabul etmelerini göstermek mümkündür.

Küreselleşme medya vasıtasıyla yoksullaştırıcı olmaktan öte geçmiş ve geniş kitleleri köleleştirmiştir. Grace Llewellyn'in: "Belki de en korkutucu şey; özgür olmayanların köleliklerini benimsemeleri ve bu köleliğin normal ve doğal olduğuna inanmalarıdır" şeklindeki çarpıcı tespiti tam olarak bu durumu ifade etmektedir.

KAYNAKLAR

ADORNO, Theodor W., (2003): "Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken", (Çev.Bülent O. Doğan), Cogito Dergisi, Sayı: 36

AKTAN, C.Can(Ed.), (2002): Dünyada ve Türkiye'de İnsani Yoksulluk, Yoksullukla Mücadele Stratejileri, Hak-İş Konfederasyonu, Ankara. Yayını,(http://www.canaktan.org/ekonomi/yoksulluk/ikincibol/dunya-insani-yoksulluk.pdf, 11.02.09).

AKSAN, Gamze, (2012): "Yoksulluk ve Yoksulluk Kültürünün Toplumsal Görünümleri", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S. 27

APPADURAI, Arjun, (1996): Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization, Minnesota: University of Minnesota Press.

ARSLAN, Ali, (2004): "Medyanın Birey, Toplum Ve Kültür Üzerine Etkileri", Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, Volum: 1, No: 1

ATAY, Tayfun, (2017): Görünüyorum O Halde Varım. Meşhuriyet Çağı'nda Kültür Ve İnsan, Can Yayınları, İstanbul.

AZİZ, Aysel, (1982): Toplumsallaşma ve Kitle İletişimi, Ankara: A.Ü.B.Y.Y.O.Yay.,

BARNETT, Clive, (2002): More Than Just TV: Educational Broadcasting and Popular Culture in South Africa, (Eds.), Cecilia von Feilitzen & Ulla Carlsson. Children, Young People, and Media Globalisation, Göteborg, Sweden: UNESCO International Clearinghouse on Youth and Media.

BAUMAN, Zygmunt, (1998): Globalization: The Human Consequences, Cambridge: John Wiley&Sons.

BERGER, John, (2010): Görme Biçimleri, Metis Yayınları, İstanbul

BERGER Peter ve HUNTİNGTON Samuel, (2003): Bir Küre Bin Bir Küreselleşme: Çağdaş Dünyada Kültürel Çeşitlilik, Kitap Yayınlar, İstanbul.

BİLGİSEVEN, A.Kurtkan, (1995): Genel Sosyoloji, Filiz Kitabevi, İstanbul,

BOYD-BARRETT, Oliver ve BRAHAM, Peter, (1995): Media, Knowledge and Power, Routledge, London.

BRİGGS, Asa ve BURKE Peter, (2004): Medyanın Toplumsal Tarihi, İzdüşüm Yayınları, İstanbul.

BURTON, Graeme, (2005): Media and Society: Critical Perspectives, Open University Press, New York.

COMSTOCK, George, (1991): Television in America, Sage Publication, Beverly Hills, CA.

COTTLE, Simon, (2009): Global Crisis Reporting: Journalism in the Global Age, McGraw Hill/ Open University, Maidenhead.

ÇEÇEN, Anıl, (1984): Kültür ve Politika, Hil Yayınları., İst.

DANSUK, Ercan, (1997): Türkiye'de Yoksulluğun Ölçülmesi ve Sosyo-Ekonomik Yapılarla Ölçülmesi, DPT Uzmanlık Tezleri, Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü Ücretler ve Gelirler Dairesi Başkanlığı, Ankara, http://ekutup.dpt.gov.tr/gelirdag/dansuke/yoksullu.pdf,11.02.2009, Erişim tarihi:10.06.2018

DEMİR, Gülten, (2000): "Küreselleşme Üzerine", Ankara Üniversitesi SBF Dergisi,Ankara

DEBLOCK, Liesbeth ve BUCKINGHAM, David, (2007): Global Children, Global Media: Migration, Media and Childhood, Palgrave Macmillan, Basingstoke.

DOĞAN, Adem, (2015): "Yoksulluk ve medya: yoksulların bakış açısından yoksulluğun medyada temsili", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 8 Sayı:38.

DOUGLAS, Mary ve ISHERWOOD, Baron, (1999):Tüketimin Antropolojisi (Çev. Erden Attila Aytekin), Ankara.

DPT, (2001): Sekizinci Beş Y ıllık Kalkınma Planı, Gelir Dağılımının İyileştirilmesi ve Yoksullukla Mücadele Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, (http://ekutup.dpt.gov.tr, Erişim tarihi: 10.06.2018.

EIJAZ, Abida ve AHMAD, Rana Eijaz, (2011): "Challenges of Media Globalization for Developing Countries", International Journal of Business and Social Science, 2 (18).

ERDEM, Tevfik, (2006): "Yoksulluk", Feodaliteden Küreselleşmeye Temel Kavramlar ve Süreçler, (Ed: Tevfik Erdem), Lotus Yayınevi, Ankara.

ERDOĞAN, İrfan, (2002): İletişimi Anlamak, Erk Yayınları Ankara.

EKİNCİ, Ömer, (2015): "Dikkat! Zihinlerimizin kumandası kimlerin elinde?" http://www.star.com.tr., Erişim tarihi: 10.06.2018.

FREDERICK, Christine, (1929): Selling Mrs. Consumer, , The Business bourse, New York.

GIDDENS, Anthony, (1990): The Consequences of Modernity, Polity, Cambridge.

GİDDENS, Antony, (1994): Modernliğin Sonuçları, Ayrıntı yayınları, İstanbul.

GIDDENS, Anthony, (2006): Sociology (5th Ed.), Polity, Cambridge.

GÖKALP, Ziya, (1987): Türkçülüğün Esasları, İnkılap Kitabevi, 3. Baskı, İst.

GÖKDERE, Ahmet, (2001): "Küreselleşmeye Genel Bir Bakış", Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi, Cilt 1, Sayı 1, Ankara.

GÜÇLÜ, Abbas, (2018): "Sosyal Yoksulluk", Diyalogaguclu@milliyet.com.tr, Erişim Tarihi: 10.06.2018

GÜNEŞ, Sadık, (2001): Modern Kitle Toplumunda Medya Kültür İlişkisi, Medya ve Kültür, Vadi Yayınları, Ankara.

GÜNEŞ, Sadık, (2006): Kitle Kültürü Demokrasi ve Medya, Enformasyon Toplumunun Putları, Hece Yayıncılık, Ankara.

GÜNGÖR, Erol, (1989): Türk Kültürü ve Milliyetçilik, Ötüken Yay., 7. Baskı, İst.

HALL, Stuart, (1991): The Local and the Global: Globalization and Ethnicity, (Ed.), Anthony. D. King. Culture, Globalization and the World-System, Macmillan, London.

HERMAN, Edward S
ve McCHESNESNEY, Robert W., (2004): The Global Media – the New Missionaries of Corporate Capitalism, Continuum, London.

HEYWOOD, Andrew, (2011): Global Politics (2ndEd.), Palgrave, New York.

HJARVARD, Stig, (1999): "Global Media Cultures: A Research Programme on the Role of Media in Cultural Globalization", NORDICOM Review, 20 (2).

KAUL, Vineet, (2011): "Globalisation and Media",Journal of Mass Communication and Journalism, 1(1).

KELLNER, Douglas ve PIERCE, Clayton, (2007): Media and Globalization, (Ed.), G. Ritzer. The Blackwell Companion to Globalization, Blackwell, Malden.

KILBOURNE, Jean, (2006): Jesus is a Brand of Jeans, New Internationalist, 1 Eylül 2006.

KOCA, Nuray (1993): "Görüntüden Gerçeğe Şiddet Toplumu", İzlenim Dergisi, Yıl:1, Sayı; 4.

KOCADAŞ, Bekir, (2002): Görsel Medya ve Şiddet Kültürü (Orta Öğrenim Çağı Gençliğinin Şiddet Eğiliminde Görsel Medyanın Etkisi)-Malatya İli Uygulaması-, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Malatya.

KÖSEOĞLU, Nevzat, (1992): Milli Kültür ve Kimlik, Ötüken Yay., İst.

LIECHTY, Mark, (2002): Suitably Modern: Making Middle-Class Culture in a New Consumer Society, Princeton University Press, December.

MACDONALD, Lisa ve MYERS, Allen, (1998):"Malign Design: Could Capitalism Ever Be Environmentally Sustainable?", New Internationalist, Kasım 1998.

MARSHALL, Gordon, (1999): Sosyoloji Sözlüğü (Çev: Osman Akınhay, Derya Kömürcü), Bilim ve Sanat Yayınları, İstanbul.

MATOS, Carolina (2012): "Globalization and the Mass Media", (Ed.),George Ritzer. Encyclopedia of Globalization, Oxford: Wiley-Blackwell, http://openaccess.city.ac.uk., Erişim Tarihi: 10.06.2018.

McCHESNEY, Robert W., (2002): Children, Globalization, and Media Policy, (Eds.), Cecilia von Feilitzen & Ulla Carlsson. Children, Young People and Media Globalisation, UNESCO International Clearinghouse on Youth and Media, Göteborg, Sweden.

McNAIR, Brian, (2003): An Introduction to Political Communication, Routledge, London.

MCQUAİL, Denis, (1994): Kitle iletişim Kuramı (Çev: Ahmet Haluk Yüksel), Kibele Sanat Merkezi Yayınları, Eskişehir.

MOGHADAM, Valentine, M., (2012): Global Social Movements and Transnational Advocacy, (Eds.), Edwin Amenta, Kate Nash& Alan Scott. The WileyBlackwell Companion to Political Sociology, Wiley-Blackwell, Oxford.

MORA, Necla, (2008): "Medya ve Kültürel Kimlik", Uluslar arası İnsan Bilimleri Dergisi, Cilt:5 Sayı:1

MORLEY, David ve ROBINS, Kevin, (1997). Kimlik Mekanları: Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar, (Çev: Emrehan Zeybekoğlu), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

MURDOCK, Graham ve JANUS, Noreene, (1985): Mass Communications and the Advertising Industry, United Nations Educational Scientific and Cultural Organization, Paris, France.

NALÇAOĞLU, Halil, (2003): "Medya ve toplum İlişkisini Anlamak Üzere Bir çerçeve", Sevda Alankuş (Der.), Medya ve Toplum, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul.

NELSON, Toni, (1996):"Closing the Nutrient Loop", World Watch Magazine, Aralık 1996.

OLAUSSON, Ulrika, (2011): "Explaining Global Media: A Discourse Approach", (Ed.), Piotr Pachura. The Systemic Dimension of Globalization, Intech, Rijeka, Hırvatistan:

ÖZDEMİR, Sadi, (1998): Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme, Timaş Yayınları, İstanbul.

POSTMAN, Neil, (2016): Televizyon Öldüren Eğlence Gösteri Çağında Kamusal Söylem (Çev. Osman Akınhay), 3.Baskı, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

RİTZER, George, (2011), Küresel Dünya, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

ROBERTSON, Roland, (1992): Globalization: Social Theory and Global Culture, Sage, London.

ROBERTSON, Roland, (1999): Küreselleşme, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

SIOCHRÚ, Seàn Ó., (2004): "Social Consequences of the Globalization of the Media and Communication Sector: Some Strategic Communications". Working Paper 36, May 2004 Policy Integration Dept, "World Commission on the Social Dimension of Globalization", International Labour Office: Geneva, https://papers.ssrn.com, Erişim Tarihi: 10.06.2018

SHANGQUAN, Gao, (2000): "Economic Globalization: Trends, Risks and Risk Prevention", Economic ve SocialAffairs, CDP Background Paper No. 1, ST/ESA/2000/CDP/1, http://www.un.org/en., Erişim Tarihi: 10.06.2018

STEARNS, Peter, (2001): Consumerism in World History: The Global Transformation of Desire, Routledge, Florence, KY, USA:

STEVEN, Peter, (2004): The No-Nonsense Guide to Global Media, New Internationalist, Oxford.

SUNGUR, Suat, (2008): "Kültürel Emperyalizmim Ötesi: Küreselleşme, İletişim Ve Yeni Uluslararası Düzen", Stratejik Araştırmalar Dergisi, Beykent Üniversitesi, İstanbul

TİHAN, Dilek, (2008):" Medyanın Toplum Üzerindeki Etkisi", https://www.xing.com, Erişim tarihi:10.06.2018.

TOMLİNSON, John, (2004): Küreselleşme ve Kültür, Eker, Arzu (Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

UZUN, Ayşe Meral, (2003): "Yoksulluk Olgusu ve Dünya Bankası", C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 4, Sayı 2.

ÜSTÜN, Nejat, (2007): Sivas'ta Yoksulluk, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üni. S.B.E., Sivas.

VAROL, Sibel Fügan, (2017): "Medyanın Küreselleşmesi: Neden-Sonuç Ekseninde Bir Değerlendirme" Gümüşhane Ünv. İletişim Fak. Elektronik Dergisi, Cilt 5 Sayı:1

WELFENS, Paul, (2013): Social Security and Economic Globalization, Springer, Heidelberg& New York.

WACKERNAGEL, Mathis ve REES, William, (1996): Our ecological Footprint, New Society Publishers, Gabriola Island, BC, Canada.

WORLD BANK, (2005): "Poverty Manual", All, JH Revision of August 8, 2005, www.worldbank.org., Erişim Tarih: 10.06.2018

YÜKSEL, Erkan, (2001): Medyanın Gündem Belirleme Gücü, Çizgi Kitabevi, Konya.

Ekonomik Kalkınmanın Sosyal Dışlanma Engeli

Doç. Dr. Mustafa HATİPLER [1] **Bilim Uzmanı Funda SELVİ[2]**

[1]Trakya Üniversitesi Edirne Sosyal Bilimler MYO, mustafahatipler@gmail.com

[2]Trakya Üniversitesi Edirne Sosyal Bilimler MYO, fundaselvi91@gmail.com

Özet: Ekonomik kalkınma; nüfus, beşeri sermaye, teknoloji, dış ticaret, finansal gelişmeler gibi çeşitli faktörleri içeren çok boyutlu bir süreci ifade etmektedir. Kalkınma sürecinde özellikle beşeri sermayenin rolü dikkate değer niteliktedir. Beşeri sermaye, diğer faktörlere göre çok daha fazla dinamik ve belirleyicidir.

Toplumsal gelişmelerde yoksulluk kadar etkili olan bir husus sosyal dışlanmadır. Sosyal dışlanma yoksulluktan farklı olarak hem çok daha fazla boyuta hem de daha fazla değişken bir yapıya sahiptir.

Ekonomik kalkınma sürecinde beşeri sermayenin gelişmesi önemli bir süreçtir. Bu süreçte, sosyal dışlanma bütün boyutlarıyla analiz edilmeli ve sosyal dışlanma ile mücadelede başarı elde edilmelidir. Çünkü sosyal dışlanma genel olarak; toplumun belirli kesimlerinin sosyal etkinliklerin dışında kalmasına, sermaye birikiminden ve ekonomik kalkınmadan eşit şekilde yararlanamamasına neden olmaktadır.

En basit anlatımla, sosyal dışlanma nedenleri arasında yer alan işgücü piyasasındaki değişim, gelir dağılımı adaletsizliği, eşitsizlik gibi kavramların etkisini arttırması durumunda, bireylerin sosyal koruma kapsamındaki sosyal yardım gereksinimleri artacaktır. Bu durum da ekonomik kalkınmaya engel olacak, en azından frenleyecektir. Bu bağlamda; sosyal dışlanma sebeplerinin oluşumu engellendiğinde, refah seviyesine ulaşmış bireylerin sosyal yardım gereksinimleri azalacağından sosyal yardım maliyetleri düşecektir ve ekonomik kalkınma süreci hızlanacaktır.

Bu çalışmanın amacı, sosyal dışlanma sebeplerinin ekonomik kalkınma sürecine etkisine ilişkin teorik bir çerçeve sunmaktır. İlk bölümde sosyal dışlanma kavramı özellikleri, nedenleri ve sonuçları olarak geniş bir çerçevede ele alınmaktadır. İkinci bölümde, ekonomik kalkınma kavramı açıklanmıştır. Son bölümde ise sosyal dışlanmanın ekonomik kalkınmaya etkisi incelenmiş ve değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik kalkınma, Sosyal dışlanma, Sosyal yardım

GİRİŞ

Ülke ekonomilerinin temel gündemini oluşturan kalkınma olgusu genel olarak Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH)'daki artışı simgeleyen büyüme algısına ek olarak, uzun vadeli sosyo-kültürel bir gelişme sürecini ifade etmektedir. Ekonomik kalkınmayı etkileyen en önemli etkenler arasında işgücü piyasasında yaşanan değişimler yer almaktadır. Kırsal ve kentsel alanlardaki devamlı artan işsizlik, ekonomiyi olumsuz etkilenmekte ve bölgesel gelişme faaliyetleri kapsamında genel kalkınma hedeflerine ulaşmakta sorun oluşturmaktadır.

Ekonomik kalkınmayı etkileyen etkenler arasında, sosyal dışlanma nedenleri de yer almaktadır. Dışlanma olgusuyla birlikte yoksulluk, eşitsizlik, yabancılaşma, yoksunluk, gelir dağılımında adaletsizlik gibi kavramlar ön plana çıkmaktadır. Özellikle yoksulluk, gelir dağılımı adaletsizliğinden kaynaklanan eşitsizlikler kamu yönetimini zorlayan toplumsal sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yoksulluk genellikle bireylerin değil, kamunun sorumluluğundaki bir sorun olarak algılanmaktadır. Yoksulluğun günümüzde çok çeşitli boyutunun olması nedeniyle, yoksullukla mücadelede kamu yönetiminin gündelik ve geçici olmayan çalışmalar gerçekleştirmesi gerekmektedir.

Genellikle yoksullukla mücadelede hemen uygulanabilen ve geçici çare niteliği taşıyan sosyal yardımlar, yerel ve merkezi kamu yönetimlerinde ilk başvurulan çözüm tekniği olmaktadır. Son yıllarda ülkemizde de bu tür yardımların giderek arttığı, yoksullukla mücadelede sosyal yardımların kolayca uygulanabilirliği sebebiyle daha çok tercih edildiği görülmektedir. Bu noktada sosyal yardımların yoksulluğu önleme açısından bir tedbir olarak görülmesi, artan sorunlara uygun çözümler getirmeksizin her koşulda devam ettirilmesi, yoksulluğun sürekliliğine ve kıt olan kamu kaynaklarının verimsiz kullanımına neden olacaktır. Sosyal yardımların günden güne artan maliyetleri, sürekliliği ve sürdürülebilirliği hususunda ekonomik kalkınma sürecindeki yeri ve önemi tartışma konusu oluşturmaktadır. Yalnızca yoksulluğu azaltmayı amaçlayan sosyal yardımlar sürdürülebilirlikten yoksun olarak uzun süreçte yoksulluğa çözüm getirememektedir.

Bu çalışmada, sosyal dışlanma kavramı; ekonomik kalkınmaya etkisinin tüm boyutlarıyla anlaşılabilmesi için öncelikle özellikleri, nedenleri ve sonuçları olarak ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. Sonrasında ekonomik

kalkınma kavramı ve sosyal dışlanmanın ekonomik kalkınmaya etkisi incelenmiştir. Ayrıca, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'nun 2015 yılı sosyal koruma istatistiklerine göre sosyal koruma yardımlarını oluşturan risk grupları ve bu gruplara harcanan miktarların dağılımı incelenmiştir. Veriler doğrultusunda, sosyal dışlanmanın ekonomik kalkınma önünde bir engel teşkil ettiği söylenebilmektedir.

1.SOSYAL DIŞLANMA

Sosyal dışlanma olgusuyla birlikte yoksulluk, eşitsizlik, yabancılaşma, yoksunluk, bütünleşememe gibi kavramlar kullanılmaktadır. Sosyal dışlanma kavramı; toplumun belirli kesimlerinin sosyal etkinliklerin dışında kalmasını, sermaye birikiminden ve ekonomik kalkınmadan eşit şekilde yararlanamamalarını ifade eder. Sosyal dışlanma sadece ekonomik boyutta kalmayıp siyasal, kültürel, hukuki ve kişisel birçok boyutu da barındıran, nesnel ve öznel şekilde incelenmesi gereken bir süreci ifade etmektedir (Şahin; 2009: 22).

Sosyal dışlanmanın kavranması için bireylerin toplumsal faaliyetlere katılıp katılmamalarının belirleyici etkisi vardır. Bireyler, yaşadıkları toplumda uygun gördükleri faaliyetlere katılamadıklarında sosyal olarak dışlanma yaşanmaktadır. Toplumda yalnızca belirli bir alanla sınırlandırılamayan sosyal dışlanma herhangi bir alanda ortaya çıkabilir. Göreli bir yapıda olan sosyal dışlanmanın tanımında katılım kavramının önemi büyüktür (Doğan; 2014: 14).

Sosyal dışlanma olgusu ülkeden ülkeye ve toplumdan topluma farklı şekilde algılanabilmektedir. Gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerdeki işsizlilerin karşılaştığı sorunlar farklılık göstermektedir. Aynı zamanda yoksulluk göstergeleri ve gerekli olan sosyal korumalar da ülkeden ülkeye farklılaşmaktadır. Örneğin; Fransa'da toplumla sosyal ve kültürel bağların kopması olarak tanımlanan sosyal dışlanma, İngiltere'de gelir adaletsizliğine bağlı olarak ortaya çıkan bir sorun olarak görülmektedir. Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde ise "alt sınıf kavramı oluşturulmuştur. Söz konusu grup yoksul kesimden ayrı ifade edilse de, yoksullarla benzer şekilde toplumla bütünleşebilmelerinin sağlanması için çalıştırma (workfare) faaliyetleri uygun görülmüştür. Bu görüşe göre; refah ödemeleri ve sosyal politikalar kişileri tembelliğe sürüklemekte ve sisteme alışkın hale getirmektedir. Bu tutuma karşılık, çalıştırma politikasıyla çalışma karşılığı asgari de olsa gelir elde eden kişiler kötü ve güvencesiz şartlarda çalışmaya mecbur kalmaktadır. Bu görüşe göre, kişi, işsiz kalıyorsa bu onun kendi tercihidir (Tartanoğlu; 2010: 4). Bunun sonucu olarak her ülkede kabul edilen genel geçer tek bir tanım oluşmamıştır.

Tüm sosyal dışlanma tanımlarındaki ortak noktalar, birtakım eksiklikler sebebiyle kişilerin ihtiyaçlarını karşılayamamalarıdır. Genel olarak sosyal dışlanmanın tanımı; toplumun bazı kesimlerinin kişilerin toplumla bütünleşmesini sağlayan politik, sivil, sosyal ve ekonomik haklara erişememesidir (Şahin; 2009: 23).

1.1. Sosyal Dışlanmanın Özellikleri

Sosyal dışlanma kavramının incelenmesinde, farklı gruplar arasındaki değerlendirme algılarına baktığımızda; ekonomistlerin, piyasa ekonomisinin ve işgücü piyasasının yoksullukla ilişkisi üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Buna karşılık sosyal politikacılar ise hükümet politikaları ve bu politikaların uygulamaları üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu farklı incelemeler sosyal dışlanmanın anlaşılmasını sağlamakta yardımcı olabileceğinden tüm bu yaklaşımların bir arada değerlendirilmesi gerekmektedir.

Özet olarak sosyal dışlanmanın özellikleri, ekonomik, sosyal, kurumsal yoksunluklar olarak ele alınabilir.

1.1.1. Ekonomik dışlanma

Toplumsal hayatta çalışma süreci bir yandan sosyal katılım, bir yandan da gelir dağılımı ve maddi kazanç açısından en temel olgudur. Çalışma hayatının bir gelir kaynağı olmasının yanında sosyal bağların kuvvetlenmesi için de gerekli olduğu görülmektedir. Kişilerin gereksinimlerini karşılamak için ihtiyaç duydukları gelire sahip olmamaları ekonomik dışlanma anlamına gelmektedir. Barınma, yeme-içme, sağlık, eğitim gibi temel gereksinimlerini bile karşılamakta yetersiz kalan kişiler ve aileleri için toplumsal hayata katılım olanaksızlaşmaktadır. Günümüzde ekonomik dışlanmanın en önemli kaynağı işsizliktir. Ancak yine de bir iş sahibi olmak ekonomik dışlanmayı engelleme aşamasında yeterli değildir. Bununla birlikte kötü çalışma şartları, düşük ücretle çalışma ve belirli bir devamlılık ya da garanti sağlayamayan çalışma ekonomik dışlanmaya sebep olmaktadır. Çalışarak ya da mal varlığı ile temel ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde devamlı bir geliri olan kişiler ekonomik dışlanmaya maruz kalmayabilirler. Kişinin kendisinin ve ailesinin hayatını garanti altına alacağı,

gereksinimlerini karşılayacağı düzeyde maddi unsurlara sahip olması ekonomik dışlanma tehdidini uzaklaştırabilecektir.

Sonuç olarak mülkiyet ile ekonomik dışlanma ters orantılıdır. Ekonomik dışlanmanın boyutunu, yoksulluk ve işsizlikle bağlantılı sosyal göstergelerden görmek mümkündür. Fakat söz konusu göstergeler doğrultusunda ekonomik dışlanmanın ortaya konmasında ülkeler arası farklılıklar meydana gelmektedir. Örneğin; ABD'de düşük ücretli çalışanlar ve alt sınıflılık (underclass) unsurları sosyal dışlanma göstergesi sayılırken, Avrupa ülkelerinde uzun süreli işsizlik olgusu ekonomik dışlanma göstergesi arasında yer almaktadır (Çakır; 2002: 86).

Dışlanmanın ekonomik boyutuyla; özellikle gelir, üretim gibi alanlardan yararlanabilen toplumsal kesimler ile yararlanamayan diğer kesimler meydana gelmektedir. Genellikle dışlanmış kesimler; gelir ve geçim kaynaklarına, istihdam ve işgücü piyasalarına, konut gibi temel ihtiyaçlara uzak kalmış olabilirler. Tüketim faaliyetlerine ulaşmada sorun yaşayan dışlanmış kesimler; mal ve hizmet satın alma gücünden, ekonomik ve sosyal faaliyetlere katılma olanaklarından yoksun kalmış olmaktadır (Doğan; 2014: 34).

1.1.2. Sosyal ilişkilerin zayıflaması ve sosyal destek yoksunluğu

Sosyal dışlanma sosyal ilişkiler bağlamında ele alındığında sosyal ağların azalması ve sosyal bağların zayıflaması olarak tanımlanmaktadır. Sosyal dışlanma kişilerin toplumda var olmalarını engelleyici aşamaları içerir. Bunun yanında; toplumsal katılımda etkisiz kalma durumunu da kapsamaktadır. Toplum açısından değerlendirildiğinde ise sosyal dışlanma, toplumun sorumluluğunu yerine getirmemesidir. Çünkü sosyal ağlara dahil olmak; güven, karşılıklı destek ve yardım olgularının var olmasını sağlar. Bu durum toplumsal katılımı arttırmaktadır. Sosyal ağlar toplumsal desteği arttırdığı için dışlanmayı azaltmaktadır. Böylece devlet tarafından yapılan sosyal yardımlara olan gereksinimi de azaltmaktadır.

Sosyal destek yoksunluğu iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Birinci şekilde sosyal destek yoksunluğu, bireyin, çalışırken oluşan sosyal bağların ve arkadaşlıkların işten ayrılınca azalması ya da yok olması şeklinde yaşanandır. Çünkü çalışma sürecinde bir yandan gelir elde edilirken, bir yandan da arkadaşlık geliştirme, topluma yararlı olma ve sosyal bağları oluşturma olanağı oluşmaktadır. Çalışma süreci kişilerin memnuniyetlerini arttırarak dışlanma hissine kapılmalarını engellemektedir. Ekonomik dışlanmanın sonucu olarak sosyal bağların bozulmasıyla topluma uyum sürecinde sorunlar yaşanmaktadır. Sosyal destek yoksunluğunun ikinci şekli de bireyin, aile, akrabalık, arkadaşlık gibi kişilerden oluşan yakın çevresiyle olan bağlarını koparmasında yaşanmaktadır. Bu bağlar, kişilerin maddi veya manevi olumsuzluklarla karşılaştıklarında olumsuzluklardan daha kolay kurtulabilmelerine yardımcı olmaktadır (Şahin; 2009: 51). Birey, ailesi, çevresi, akrabaları, komşuları ve toplumla olan sosyal ilişkileri sayesinde, çevresinden maddi manevi destek alma imkânına sahip olmaktadır.

Sosyal ilişkilerin gelişmesi bireyin dayanışma duygularını arttırmaktadır. İstihdam olanaklarından yoksun kesimlerin dayanışma duygusuyla işsizliğin yıkıcı etkisinden kurtulmaları mümkün olmaktadır (İmanlı; 2018: 42).

1.1.3. Kurumsal dışlanma, kurumsal destek yoksunluğu

Toplumda çeşitli nedenlerden dolayı dezavantajlı konumda olan kişilerin yasal ve kurumsal düzenlemelerle sosyal korumaya tabi tutulması gerekmektedir. Söz konusu gruplara; işsizler, çocuklar, yaşlılar, engelliler, kadınlar örnek olarak verilebilir. Bu grupların dışlanmasının engellenmesi, sosyal koruma yöntemlerinin olmasına bağlıdır. Bireyci toplumlarda manevi sosyal ilişkilerin ve dayanışmanın olmaması sorununun çözülmesinde kurumsal desteğin önemi büyüktür. Sosyal güvenlik sistemlerinin düzenli işleyişiyle dışlanmanın önlenmesinde devamlılık sağlanacaktır.

Kurumsal dışlanma kişilerin eğitim, sağlık gibi alanlardan yararlanmada ülkede var olan kurumsal ve özel hizmetleri kullanamamalarını da kapsamaktadır. Sağlık ve eğitim şartlarının yetersizliği daha sonrasında yetersiz gelir elde etmeye sebep olabilecektir (Şahin; 2009: 52).

1.2. Kısaca Sosyal Dışlanma

Sosyal dışlanma karmaşık bir yapıya sahiptir. Sosyal dışlanmaya sebep olan etkenler, birbirlerinden bağımsız düşünülemeyen, karşılıklı etkileşim içinde olan unsurlardır. Bu etkenler, işgücü piyasasında değişim, gelir dağılımında adaletsizlik ve yoksulluk, sosyal korumanın yetersizliği ile eşitsizlik şeklinde sıralanabilir.

1.2.1. İşgücü piyasasındaki değişim

Rekabetin artmasıyla ve ticarette yaşanan zorluklarla üretim aşamasında yaşanan bu değişimde çok uluslu şirketlerin rolü büyüktür. Teknoloji işgücü piyasasının değişiminde etkili olmakla birlikte, üretimin uluslar arası bütünleşmesini sağlamaktadır.

Günümüzde kitle üretimi odaklı teknolojik yapıdan, mikro elektronik ürün bazlı; tasarım, üretim, yönetim ve pazarlama faaliyetlerinin bütünleşmiş bir yapıyla çalıştığı bilgi yoğun üretim şekli benimsenmiştir. Teknolojik ilerlemelerle, üretim aşamasını ücretlerin yetersiz olduğu alanlara yönlendirmek; ücretlerin ortalama seviyesini azaltmanın ve farklı üretim faktörlerinin gelirini uluslararası ölçekte yükseltmenin kaçınılmaz yolu olmuştur (Çakır; 2002: 89).

Tüm bunlarla birlikte uluslararası bütünleşme süreci sonucunda artan işsizlik ve işgücü piyasasında bölünme yaşanmaktadır. İşletmelerin değişen şartlara ve müşteri ihtiyaçlarına uyum sağlamaları için esneklik gerekmektedir. Bu esneklik; üretim maliyetlerinde tasarrufa, işçi sayısının azalmasına ve sosyal koruma için gerekli payın azaltılmasına neden olmuştur. Aslında esneklik ile hedeflenen, tam anlamıyla serbestlikten ziyade, işgücüyle ilgili kanunların piyasa gerekleri ve gerçekleriyle uyumlu hale getirilmesidir. İşgücü piyasasında oluşan bölünmeyle birlikte meydana gelen yeni sınıflamalar, çalışanlar bakımından ücrete ve sosyal haklara dayalı farklılıklar doğurabileceğinden dışlanma için bir tetikleyici unsur olabilmektedir (Şahin; 2009: 62).

İşgücü piyasalarında dışlanmanın etkisi, işsizlik ve çalışma şartlarının değerlendirilmesiyle daha net görülmektedir. Çalışan kesimin istihdam olanakları değerlendirildiğinde; işgücü piyasasında istihdama dahil olup olmamak, istihdama katılma şekli sosyal dışlanmayı etkilemektedir. Bireylerin uzun süre işsiz kalmaları, istihdam alanındaki dışlanma yönüyle sosyal dışlanmaya sebep olmaktadır. Bunun yanında "güvencesiz" ve "eğreti" işlerde çalışanlar da işgücü piyasası dahilinde dışlanmanın temelini oluşturmaktadır.

Dışlanma kapsamında işgücü piyasalarında yapılan araştırmalarda "açık işsizlik", "güvencesiz veya eğreti istihdam" ve "değişik şekillerde ücretsiz istihdama katılma" işgücü piyasalarında öne çıkan dışlanma çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır. İşsizlik sebebiyle işgücü piyasalarındaki dışlanma, bireylerin "güvenceli işlerden", "çalışılan işte sosyal korumadan" ve "vasıfları geliştirici imkanlardan" yararlanamamalarına neden olmaktadır (Doğan; 2014: 64).

1.2.2. Gelir dağılımında eşitsizlik ve adaletsizlik

Sosyal dışlanma ve yoksulluk sebeplerinden en önemlisi gelir dağılımında adaletin sağlanamamasıdır. Toplum yapısını etkileyen nedenlerden nüfus artışı ve dağılımı, toplumdaki eşitlik ve adalet gibi ekonomik tabanlı olmayan konulardan da etkilenmektedir. Gelir dağılımının yalnızca ekonomik problem olarak görülmemesi, bunun yanında sosyal ve politik bir problem olarak da görülmesi 1980'li yılların ardından gerçekleşmiştir.

Gelir dağılımı adaletsizliği toplumsal dengenin bozulmasına neden olacağından; eşitsizliği azaltmanın ve düşük gelirli kesimin gelirlerinin ekonomik temele bağlı olarak arttırmanın önemi büyüktür. Çünkü gelir dağılımı adaletsizliği sonucunda yoksulluk problemi ortaya çıkacaktır. Sosyal, kültürel ve hayati gereksinimlerini karşılamakta yetersiz kalan kişiler; toplumdan soyutlanma hissine kapılarak toplumsal dışlanma yaşamaktadırlar. Toplumsal yaşama katılmanın ve dengeli bir yaşamın devamlılığının önündeki en önemli engellerden biri yoksulluktur. Toplumda gelir dağılımı adaletsizliği ne kadar artarsa sosyal dışlanma boyutu da doğru orantılı olarak artacaktır. Global alanda değerlendirildiğinde ise yaşanan küreselleşme dengesizliklerin artmasına sebep olmaktadır (Şahin; 2009: 63).

1.2.3. Sosyal korumanın yetersizliği

Sosyal korumanın kapsam alanı; kişilerin karşı karşıya kalabilecekleri olası tehditlere karşı güvence oluşturan sosyal yardımları içeren sosyal güvenlik kurumlarını, iş güvencesi, sağlık ve eğitim haklarının hayata aksettirilmesi gibi önlemlerden oluşmaktadır. Sosyal koruma, kişilerin kaderlerine bırakılmaması anlamını taşımaktadır. Sağlık problemlerinden dolayı işe devam edemeyenlerin gelir kaybının karşılanması, sağlık hizmetlerinden yararlanmalarının sağlanması, işsizlik ve yaşlılık tehditlerinde de kişilerin gelir güvencesinin oluşturulması kişilerin toplumdan soyutlanmalarının önüne geçmektedir.

Yoksulluk sebebiyle öğrenim hayatı aksayan bir çocuğun okul giderlerinin karşılanması için yapılacak sosyal yardım sosyal dışlanmayı engelleyici yönde bir adımdır. Sosyal koruma faaliyetlerinden sağlık hizmetleri, gelir

güvencesi, eğitim yardımları gibi çabalar kişilerin toplumsal kimlik kazanımlarında etkin rol oynayarak, sosyal dışlanmayla karşılaşmalarını engellemektedir.

Günümüzde gelişmiş ülkelerde erişilen sosyal koruma seviyesi sosyal dışlanma önünde engel teşkil etme aşamasında yeterli düzeyde değilken, gelişmekte olan ülkelerde yetersiz kalan hatta olmadığı düşünülen sosyal koruma kavramının etkinliğinin arttırılması bir zorunluluk haline gelmiştir. Sosyal dışlanmanın oluşumunda sosyal koruma önlemlerinin yetersizliğinin ön planda olduğu araştırmalarda ortaya konmaktadır. Sosyal dışlanmayı arttıran faktörler arasında; işsizlik, düşük gelir, düşük vasıf, olumsuz barınma şartları, suça teşvik eden ortam, olumsuz sağlık şartları ve yaşantı yer almaktadır. Fakat sosyal güvenliğin yüksek bir seviye izlediği Kuzey Avrupa ülkelerinde (Finlandiya, Danimarka ve İsveç) işsizliğin olumsuz etkilerinin daha düşük olduğu gözlenmiştir ve Danimarka'da işsizliğin sosyal dışlanmaya sebep olma düzeyinin düşük olduğu ortaya konmuştur (Çakır; 2002: 93-94).

Sosyal koruma kavramı sosyal güvenceyi aşarak kişilerin sosyal tehditlere karşı güvenceye alınmasını, istihdama katılımın gerçekleşmesini ve toplumla bütünleşmenin oluşturulmasını amaçlamaktadır. Sosyal koruma kapsamında olmayan belirli bir gelirden, istihdamdan ve sosyal yardım imkânlarından yoksun kişiler sosyal dışlanmaya maruz kalmaktadır (Aktaş; 2014: 21)

1.2.4. Eşitsizlik

Toplumsal hayatta eşitsizlik kavramı yaygın olarak gelir eşitsizliği olarak incelenmekte ve gelir dağılımı ile belirlenmektedir. Burada ele alınacak eşitsizlik kimi zaman gelir eşitsizliğinin bir getirisi olarak, kimi zamanda sosyal ve politik etkilerin sonucu olarak karşımıza çıkan eşitsizliktir. Eşitlik kavramının yaşama aksettirilmesinde hukuk sisteminin yanı sıra politik, ekonomik, ahlaki, kültürel, eğitim ve toplumsal düzenlemelerin de etkili olduğu ortaya konmaktadır. Eşitsizliğin gerçekleştiği alanlar arasında; gelir dağılımı, istihdam, eğitim, sağlık hizmetlerinden yararlanma, politik ve kültürel uygulamalara katılım sayılabilir. Eşitsizliğin en üst düzeyi sosyal dışlanma şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Günümüzde tüm dünyada, farklı şekillerde karşımıza çıkan eşitsizlik kapsamlı bir etkide bulunarak, fırsat eşitsizliği şeklinde kendini göstermektedir. Toplumsal kurumlar arasındaki ilişkilerin birbirinden bağımsız olamayışından dolayı sosyal yaşamın bir bölümündeki eşitsizlik diğer alanları da etkilemektedir. Örneğin; bankalar işsiz bir bireye kredi vermemektedir ve bu işsiz bireyin eğitim düzeyi de düşükse iş bulma şansı da kısıtlıdır. İstihdamda eşitsizlik, iş kaybını ve iş fırsatlarını etkileyen faktörlerin eşitsizliğiyle doğru orantılı olarak artmaktadır (Çakır; 2002: 94-95).

Bireylerin kendi kültür, gelenek ve göreneklerini yaşama olanağından yoksun olmaları, dini inançların yaşanması önünde engeller konması şeklinde yaşanan eşitsizlik de toplumsal hayattan dışlanmaya neden olmaktadır. Özellikle farklı kültür ve inançlara karşı kapalı toplumlarda diğer kültürlere karşı olumsuz tutum yabancı düşmanlığını meydana getirmektedir. Böylece dışlanmanın yaşandığı toplumda gecekondulaşma gibi toplumsal bütünleşmeden ziyade toplumdan soyutlanma ile sonuçlanan dış çevreyle bağlantısı kopmuş, kutuplaşmış toplumlar oluşmaktadır (Aktaş; 2014: 24).

1.3.Sosyal Dışlanmanın Sonuçları

Yukarıda değinilen sosyal dışlanma nedenleri, bir dilemma gibi hem birbirini etkilemekte hem de sosyal dışlanmayı içinden çıkılmaz bir noktaya taşımaktadır. Bu dilemmayı sosyal dışlanmanın sonuçlarında da görmek mümkündür.

Sosyal dışlanmanın sonuçları çok geniş bir kapsamda ortaya çıkmaktadır. Özet olarak, sosyal dışlanmanın sonuçlarının bireysel ve toplumsal sonuçlar olmak üzere iki başlık altında ele almak mümkündür.

1.3.1. Sosyal dışlanmanın bireysel sonuçları

Toplumsal yaşamda gereksinimlerini karşılayamayacak derecede düşük gelirli gruplar, sosyal güvencesi olmayanlar, gelir kazanma imkânı olmayan işsizler ve toplumda bazı eşitsizliklere uğrayan kişiler sosyal dışlanma tehdidiyle karşı karşıyadır. Bedensel ve ruhsal anlamda kısıtlı, eşitsizliğe uğramış, yaşamlarındaki olası tehditlere karşı himayesiz ve güçsüz bireyler sosyal dışlanmış bireylerdir. Bireyler kendilerinden ve toplumsal alandan uzaklaşmakta ve görevlerini yerine getirmekte yeterli olamamaktadırlar.

Sosyal dışlanma tehdidiyle karşı karşıya kalan bireyler çoğunlukla kendilerini toplumdan soyutlanmış görmekte, aidiyet duyguları zedelenmekte, güvencesiz, dayanaksız hissetmekte ve topluma bağlanmada sorun yaşamaktadırlar. Ayrıca bütün olumsuzluklar sebebiyle sosyal dışlanmışlar alkol ve madde bağımlılığı, hırsızlık gibi ahlaka uygun olmayan davranışlarda bulunma eğiliminde olabilirler. Bireylerin kendilerini yetersiz hissetmeleri kişisel benliklerinin zarar görmesine sebep olacaktır. Böylece bireyler kaygılı ve güvensiz davranışlar gösterme eğiliminde olabileceklerdir. Uzun zamana yayılan bu kaygı durumunun neticesinde yaşanan olumsuzlukların sonrasında maddi ve manevi açıdan dayanak oluşsa bile bütünüyle yok edilmesi imkânsız hale gelmektedir. Hatta sosyal dışlanmaya maruz kalan kişiler sonradan ekonomik anlamda iyi duruma gelseler dahi yaşanan olumsuzluklardan ve dışlanma hissiyatından kopamamaktadırlar. Bütün bu ekonomik, sosyal ve psikolojik sorunlar sonucunda aile düzeninde uyumsuzluklar meydana gelecektir. Aile düzeninin bozulması özellikle çocukların yaşam şartlarında olumsuzluklara neden olmaktadır. Beslenme, eğitim ve ilgi yoksunluğu gibi olumsuzlukları barındıran bir ortamda yetişen çocuklar gelecekte de bu olumsuz şartların etkisinden kurtulabilecek şart ve imkânları elde edememesini bu durumun en önemli etkisi olarak saymak mümkündür. Çünkü işgücü piyasası şartlarında saygın, güvenceli ve daimi bir iş sahibi olmanın birinci şartı iyi bir eğitim almış olmaktır. Bireyin toplumdaki sosyal bağları yaşamı içerisinde karşılaştığı tüm sosyal durumlarda etkisini göstermektedir (Şahin; 2009: 78-79).

Devamlı işsizlik hali nedeniyle; bireyler bilgi ve becerilerini kaybedebilirler, bedensel, ruhsal ve sosyal gereksinimlerinin karşılanamaması sebebiyle bedensel ve ruhsal hastalıklar yaşayabilirler. Çok boş zamanı bulunan bir birey, işsizlik durumunun devam edeceği ve gelecekte de boş zamanı olacağı düşüncesine sahip olabilir, bu durum kişinin zaman yönetimi konusunda sorun yaşamasına sebebiyet verebilir. Bunun sonucu olarak, bireyin, içinde bulunduğu kaygılı ruh halinin devam etmesi kaçınılmaz hale gelmektedir. Böylece; bireylere ve kurumlara güven duygusu zarar gören bireylerin toplumla bağı kopma derecesine ulaşmaktadır. Kişisel benliği zarar gören birey çevresindekilere de güvenini yitirince suça yönelimi artabilmektedir. Çünkü işsizler yalnızca maddi kaynaklardan yoksun olmayıp, bunun yanında toplumsal alandaki diğer faaliyetlerden de yoksunluk yaşamaktadırlar (Şahin; 2009: 79).

1.3.2. Sosyal dışlanmanın toplumsal sonuçları

Bireylerin toplumla olan bağlarının zayıf olması sonucunda toplumun geleceği için risk oluşturabilecek problemler meydana gelebilmektedir. Aile, dostluk ve komşuluk bağlarının zayıflaması kişinin sosyal ilişkilerinden gelen desteğinin yitirilmesiyle sonuçlanabilmektedir. Temel gereksinimlerini karşılayamayan bireylerin bu gereksinimlerini elde edebilmek amacıyla suça yönelimi artacaktır. Toplumdan soyutlanma ve toplumsal patlamalar; sosyal sorumluluk algısının yok olması, toplumdaki kurumsal yapının sorgulanması ve olumsuz davranışların meydana gelmesi sonucunda yaşanmaktadır. Bugün sosyal dışlanmanın en önemli sosyal problemler arasında yer alması; sosyal yıkımlara sebep olması ve çözüm yöntemlerinin geliştirilmesinin güç olmasından kaynaklanmaktadır (Şahin; 2009: 79-80).

Tablo 1: Sosyal Dışlanmanın Meydana Gelebileceği Sistem ve Alt Sistemler

Sistemler	Alt sistemler
Sosyal	Aile, işgücü piyasası, çevre, toplum, cemiyet
Ekonomik	Kaynaklar (ücret, sosyal güvenlik, birikim, mallar), mal ve hizmet piyasaları
Kurumsal	Yasal sistem, eğitim, sağlık, siyasi haklar, adalet, bürokrasi
Bölgesel	Demografik (göç), erişebilirlik (ulaşım ve iletişim), toplum (mahrum bırakılmış bölgeler)
Sembolik	Kimlik, sosyal görünürlük, kendine olan saygı, temel yetenekler, ilgi ve motivasyonlar, umutlar

Kaynak: (Aktaş; 2014: 23).

Yukarıda yer alan Tablo 1.'in verileri sosyal dışlanmanın neden olacağı sistem ve alt sistemleri ortaya koymaktadır. Sosyal sistemler aile, işgücü piyasası, toplum gibi alt sistemlerden; ekonomik sistem ücret sosyal güvenlik, mal ve birikimlerden oluşmaktadır. Kurumsal sistemler; yasal sistem, eğitim, sağlık, siyasi haklar, adalet ve bürokrasi gibi alt sistemlerden oluşmaktadır. Bunun yanı sıra bölgesel sistemler ve sembolik

sistemlerin de sosyal dışlanma açısından önemi büyüktür. Bu sistemler zincir olarak düşünüldüğünde sistemlerin birinde oluşacak bir bozulmayla kişiler sosyal dışlanma tehdidiyle karşılaşacaklardır. Bu sınıflandırma göz önünde bulundurulduğunda sosyal dışlanmanın farklı alanlarda karşımıza çıktığı görülmektedir. Yalnızca bir alanda dışlanma söz konusu olsa bile sosyal dışlanmanın yaşanmadığı söylenemez. Bununla birlikte birden çok alanda yaşanan sosyal dışlanmayla bireyler dışlanmanın etkisini daha yoğun hissetmektedirler. Böylece sosyal dışlanmanın etkileri çok daha acı sonuçlanabilmektedir (Aktaş; 2014: 23).

2. KISACA EKONOMİK KALKINMA

Kalkınma kavramı tanımlanması güç olan karmaşık bir yapıdır. Kalkınma kavramsal açıdan literatürde büyüme, yapısal değişme, sanayileşme ve modernleşmeyle ilgili olarak değerlendirilmiştir. Tanımlanması konusunda görüş birliği olmayan kalkınma kavramıyla ilgili olarak geri kalmış toplumların ekonomik ve ekonomik olmayan kaynaklarından oluşan yeni bir tanımlama yapılması oldukça güçtür. Fakat kalkınma kavramının tanımlanması aşamasında ekonomik ve ekonomik olmayan kaynakların bütünsel değerlendirilmesi gerekmektedir. Kalkınmayı sermaye ve teknoloji çıkmazına dayandıran ve sadece bu iki kavramın birikimiyle açıklayan kalkınma anlayışına karşın daha geniş odaklı kalkınma tanımı oluşturulabilir. Bu sebeple kalkınmayı ekonomik büyüme veya teknoloji-sermaye odaklı bir olgu olmasından çok daha geniş bir alanda değerlendirmek daha doğru olacaktır (Özyakışır; 2011: 48).

Genellikle birbiri yerine kullanılmakta olan ekonomik büyüme ile kalkınma kavramları farklı noktalara sahiptir. Ekonomik büyüme; ülkenin çıktı bazında ve kişi başına gelirdeki yükselmeyi açıklamaktadır. Ekonomik kalkınma ise; ekonomik büyümeye ek olarak çıktıların dağılımındaki ve ekonominin bileşenlerindeki değişimleri kapsamaktadır. Ekonomik kalkınma sayısal olarak tanımlanamayan birçok kavramı da etkilemektedir. Ekonomik büyüme ise sayısal gelişmeleri kapsamaktadır. Ekonomik kalkınma için ekonominin büyümesi, üretimde artış sağlanması, kişi başına düşen Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH)'da yükselme elbette gerekmektedir. Ancak ekonomik büyüme ekonomik kalkınma için tek başına etkili değildir. Büyüyen ekonominin kesinlikle kalkınacağını söylemek güçtür (Alataş; 2014: 6). Benzer bir durum modernleşme ve kalkınma arasında da görülmektedir. Söz konusu iki kavram bazen birbirlerinin yerine kullanılmakta, bazen kalkınma kavramı modernleşme kavramı içerisinde incelenmekte, bazen de kalkınma kavramı modernleşme ve sanayileşme kavramlarını kapsayacak şekilde değerlendirilmektedir. Sanayileşme kavramı kalkınma ile modernleşme arasında bir köprü vazifesi görmektedir. Sanayileşme bazen de geri kalmış toplumların gelişmiş topluma dönüşümünde kalkınma ve modernleşmenin zorunlu etkeni konumundadır (Yavilioğlu; 2002: 64).

Ekonomik kalkınma ile ilgili olarak Birleşmiş Milletler (BM)'nin yoğun çalışmaları mevcuttur. Bu çerçevede özellikle, 2000 yılında açıklanan Milenyum Hedefleri oldukça önemlidir. 2000 yılında BM'nin 189 ülkenin 2015 yılına kadar ulaşılması hedeflenen 8 kalkınma amacı için alınan kararları şu şekildedir:

- Günlük 1 ABD dolarının altında çalışan insanların yarı yarıya azaltılarak aşırı yoksulluk ve açlığın ortadan kaldırılması,
- Evrensel bir ilköğretim yapısının oluşturularak bütün erkek ve kız çocuklarının ilköğretim eğitimlerinin garanti altına alınması,
- Cinsiyet eşitliğinin teşvik edilmesi ve kadınların güçlendirilmesi,
- Çocuk ölümlerinin azaltılması,
- Anne sağlığının iyileştirilmesi,
- HIV (Human Immunodeficiency Virus: İnsan İmmün Yetmezlik Virüsü)/ AIDS (Acquired Immune Deficiency Syndrome: Akkiz İmmün Yetmezlik Sendromu), sıtma ve diğer hastalıklarla mücadele edilmesi,
- Çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması,
- Kalkınma için küresel bir ortalığın geliştirilmesi, (Akt:Alataş; 2014: 6).

Alınan kararlar değerlendirildiğinde; kalkınma eğitim, sağlık, gelir dağılımı, beslenme gibi birçok sosyal faktörü kapsamaktadır.

Ekonomik kalkınma kavramı yalnızca iktisadi alanları değil; bunun yanında sosyal, siyasal ve kültürel alanları da kapsayan bir değişim ve gelişim yapılarının oluşturulmasını içeren bir süreçtir. Kalkınma kavramı bir uzun dönem problemidir ve toplumsal dönüşüm sürecidir (Özyakışır; 2011: 49).

3. SOSYAL DIŞLANMANIN EKONOMİK KALKINMAYA ETKİSİ

Sosyal dışlanmaya neden olan; işgücü piyasasındaki değişim, gelir dağılımındaki adaletsizliği, sosyal korumanın yetersizliği, eşitsizlik gibi faktörlerin tamamı ekonomik kalkınma ile yakından ilgilidir.

3.1. Genel Olarak Sosyal Dışlanmanın Ekonomik Kalkınma İle İlişkisi

Ekonomik kalkınma çalışmalarını engelleyen en önemli etkenler arasında işgücü piyasasında yaşanan değişimler yer almaktadır. Kırsal ve kentsel alanlarda devamlı ve artan işsizliğe neden olan işgücü piyasasının bu durumu; ekonominin karşılaştığı problemlerin de esas nedenlerinden birisidir. İşgücü hareketleri başta işsizlik olarak işgücü piyasası verilerini, bölgesel ilerleme faaliyetleri kapsamında genel kalkınma çalışmalarını etkileyen kilit bir role sahiptir (Yüceol; 2007: 109).

Yoksul kesimlere ve muhtaç olan kişilere maddi, ayni veya nakdi yardım temin etmek anlamına gelen sosyal yardım ve hizmetler esas olarak insani yoksulluğu hedef edinmektedir (Güneş; 2012: 155).

Söz konusu yoksulluk algısına insani kabiliyetlerin devamı için ihtiyaç duyulan mal, hizmet ve altyapıyı oluşturan eğitim, iletişim, enerji, hijyen, içme suyuna erişimin olanaksızlığı gibi faktörlere ek olarak yönetime katılma, temel insan hak ve özgürlüklerinden faydalanma, sigortalı bir işe sahip olma gibi faktörler de ilave edilebilir. Yoksulluk unsurlarının belirlenmesinde özellikle "toplumsal (sosyal) dışlanma" kavramının önemi büyüktür. Sosyal dışlanma, yoksullaşan kesimin sorunlar yaşamasına neden olan, onların diğer sosyal gruplarla iletişiminde engel teşkil eden ve genellikle bilinçli şekilde gerçekleştirilen toplumsal bir engeldir. Yoksulluk sınıflandırılması yapılırken sosyal dışlanmaya neden olacak zaruri gereksinimlerin karşılanması gerekmektedir. Öncelikle yoksullukla başa çıkmada sosyal yardımların nasıl bir göreve sahip olduğunu, sosyal politika unsuru olarak nasıl kullanıldığını anlamak için kapsamının iyi değerlendirilmesi gerekir (Güneş; 2012: 155).

Günümüzde tartışılan konular arasında; sosyal politikaların çözüm için uğraştığı yoksulluk kavramının ne olduğu, neden ortaya çıktığı ve nasıl mücadele edileceği konusu yer almaktadır. Bazı kesimlerde yoksul olmanın tembellik, düşkünlük, bireysel yetersizlikler bağlamında açıklanması ile yapısal ve sosyal unsurlar bağlamında açıklanması arasında görüş ayrılığı devam etmektedir (Güneş; 2012: 154).

3.2. Türkiye'de Sosyal Dışlanmanın Ekonomik Kalkınmayla İlişkisi

1950'li yıllardan itibaren Türkiye'de bölgeler arası ve kırdan kente yapılan göçler başta büyük kentler olmak üzere kent nüfus yapısını etkilemiştir. Bu gelişme ekonomik ve toplumsal alanda etki yaratmakla birlikte, işgücü piyasaları ve işsizlik açısından da önemlidir. Göç edenlerin genellikle büyük kentlere yoğunlaşmasının nedeni daha iyi iş imkânlarından yararlanabilmektir, fakat bilgi ve teknolojinin dinamik yapısına eğitim olanaklarıyla uyum sağlayamamakta ve böylece işsizlik oranları artış göstermektedir. Devamlı işsizlik tehlikesiyle karşılaşan kentlerde iş güvencesinin sigorta kapsamında olmamasıyla sosyal ve psikolojik sorunlar yaşanmaktadır. Ayrıca makro aşamadaki ekonomik kayıplar yaşanmakta ve kişi başına gelir adaletsizliği daha da artmaktadır (Yüceol; 2007: 110).

Türkiye, sosyal dışlanmaya neden olacak travmaları azaltmak düşüncesiyle, sosyal koruma harcamalarında büyük iyileştirmeler yapmıştır. Bu iyileştirmelerin ekonomik maliyeti olduğu gözden uzak tutulamaz. Bunun yanında, bu harcamaların sosyal dışlanmayı azaltıcı etkisi olduğu da bir gerçektir. Aşağıda yer alan Tablo 2 ve devamı Türkiye'de son dönemde yapılan sosyal koruma harcamalarının detaylarını göstermektedir.

Tablo 2: Türkiye'de Sosyal Koruma Harcamalarının Yardım Türlerine Göre Dağılımı 2000-2008 (Milyon TL)

	2000	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**
Sosyal koruma harcamaları toplamı	13.504	21.583	33.537	48.438	60.940	71.131	84.891	97.990	113.512
İdari masraflar ve diğer harcamalar	375	609	744	966	1.213	1.792	1.795	1.769	1.922
Sosyal koruma yardımları toplam	13.129	20.974	32.793	47.472	59.727	69.339	83.096	96.221	111.591
Hastalık/Sağlık bakımı	5.120	8.909	13.994	18.660	22.248	24.412	30.080	32.620	39.571
Engelli/malül	360	522	782	1.011	1.225	1.442	1.733	2.280	2.506
Emekli/yaşlı	5.307	8.421	13.241	20.531	26.781	32.228	38.222	45.498	52.891
Dul/yetim	1.392	2.270	3.460	5.482	7.096	8.205	9.721	11.470	11.735

Aile/çocuk	352	537	842	1.056	1.343	1.790	1.956	2.769	2.946
İşsizlik	14	20	84	165	307	467	552	602	721
Sosyal dışlanma	585	295	390	566	727	795	831	982	1.220

Kaynak: TÜİK, 2015 Yılı Sosyal Koruma Harcamalarının Yardım Türlerine Göre Dağılım Verileri

Tablo 2'nin Devamı, Türkiye'de Sosyal Koruma Harcamalarının Yardım Türlerine Göre Dağılımı 2009-2016

	2009	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Sosyal koruma harcamaları toplamı	134.522	148.450	171.668	195.663	220.429	247.244	280.074	334.751
İdari masraflar ve diğer harcamalar	2.032	2.205	2.586	2.976	3.982	4.332	5.163	5.834
Sosyal koruma yardımları toplam	132.490	146.245	169.082	192.687	216.446	242.912	274.912	328.917
Hastalık/Sağlık bakımı	47.384	49.429	56.046	60.518	65.839	73.322	80.463	91.318
Engelli/malül	3.538	4.280	5.654	7.035	8.088	9.251	10.124	11.976
Emekli/yaşlı	63.236	71.725	80.243	92.137	104.554	117.390	133.515	162.140
Dul/yetim	11.649	14.148	19.200	22.424	25.568	28.931	32.719	39.615
Aile/çocuk	3.418	3.681	4.603	5.597	6.899	7.580	8.901	10.559
İşsizlik	1.856	1.624	1.739	2.431	2.572	3.167	5.263	8.172
Sosyal dışlanma	1.408	1.359	1.596	2.545	2.927	3.271	3.927	5.137

Kaynak: TÜİK, 2015 Yılı Sosyal Koruma Harcamalarının Yardım Türlerine Göre Dağılım Verileri

Tablo 2 incelendiğinde görüleceği üzere, sosyal koruma yardımlarının tür çeşitliliği açısından hastalık/sağlık bakımı, engelli/malül, emekli/yaşlı, dul/yetim, aile/çocuk, işsizlik, sosyal dışlanma başlıklı gruplara ayrıldığı görülmektedir. Söz konusu başlıklara dağılan sosyal koruma yardımlarında 2000 yılından 2016 yılına kadar olan süreçte devamlı bir artış gerçekleşmiştir. Yıllara göre dağılımda genellikle milyon bazında en yüksek harcamaya sahip grup emekli/yaşlı grubudur. Emekli/yaşlı grubunu izleyen ve harcama oranı bakımından en yüksek ikinci grubu hastalık/sağlık bakımı oluşturmaktadır. Özellikle 2009 yılından itibaren sosyal dışlanmaya ayrılan harcama payı diğer harcama gruplarına oranla en düşük payı almaktadır. Ancak sosyal dışlanma harcama payı da diğer harcama grupları gibi yıllar bazında sürekli artış göstermektedir. Buradan hareketle; sosyal dışlanma için harcama oranının diğer gruplar arasında en az miktara sahip olmasından ziyade, yıllara göre harcama payının giderek artması nedeniyle ekonomik büyüme önünde engel teşkil etmesinin öneminin büyük olduğu söylenebilir. Diğer bir taraftan sosyal dışlanma gibi birçok grubun birleşiminden oluşan sosyal koruma yardımlarının toplam değeri de yıllar ilerledikçe giderek artmaya devam etmektedir.

Sosyal koruma harcamalarının GSYH içindeki payı, 2015 yılında yüzde 12 olmuştur. Sosyal koruma yardımlarının GSYH içindeki payı ise yüzde 11,8 olarak gerçekleşmiştir. Risk/ihtiyaç grupları bazında bakıldığında, emekli/yaşlılara yapılan harcamaların yüzde 5,8 ile en büyük paya sahip olduğu görülmektedir. Bunu, yüzde 3,4 ile hastalık/sağlık bakımı harcamaları ve yüzde 1,3 ile dul/yetim harcamaları takip etmektedir.

Ülkemizde sosyal koruma kapsamında maaş (emekli/yaşlı, dul/yetim ve engelli/malül maaşı) alan kişi sayısı 2014 yılında 12 milyon 9 bin iken, yüzde 4,1 artarak 2015 yılında 12 milyon 498 bin kişiye yükselmiştir. Sosyal koruma kapsamında emekli/yaşlı ve dul/yetim maaşı alan kişi sayısı 2014 yılında 11 milyon 206 bin iken, 2015 yılında 11 milyon 669 bin kişiye ulaşmıştır (www.timeturk.com).

TÜİK'in 2015 yılı sosyal koruma istatistiklerine göre sosyal koruma yardımları hastalık/sağlık bakımı, engelli/malül, emekli/yaşlı, dul/yetim, aile/çocuk, işsizlik, sosyal dışlanma başlıklı gruplara ayrılmaktadır. Söz konusu başlıklara dağılan sosyal koruma yardımlarında 2000 yılından 2016 yılına kadar olan süreçte devamlı bir artış gerçekleşmiştir. 2009 yılından itibaren sosyal dışlanma harcamalarına ayrılan pay, diğer harcama gruplarına oranla en düşük payı oluşturmaktadır. Ancak sosyal dışlanma harcama payı da diğer harcama grupları gibi yıllar bazında sürekli artış göstermektedir. Yıllara göre incelendiğinde; görüleceği üzere, sosyal dışlanma için harcama oranı giderek artmıştır. Bu artış ve harcamaların ekonomik büyümeyi olumsuz yönde etkilediği düşünülebilir. Öte yandan bu harcamaların toplumsal travma ve olumsuzlukları azalttığı da bir başka gerçektir.

Ülkemizde sosyal koruma kapsamında maaş (emekli/yaşlı, dul/yetim ve engelli/malül maaşı) alan kişi sayısı 2014 yılında 12 milyon 9 bin iken, yüzde 4,1 artarak 2015 yılında 12 milyon 498 bin kişiye ulaşmıştır. Sosyal koruma kapsamında emekli/yaşlı ve dul/yetim maaşı alan kişi sayısı 2014 yılında 11 milyon 206 bin iken, 2015 yılında 11 milyon 669 bin kişiye ulaşmıştır. Bu sonuçlar gösteriyor ki; TÜİK verilerine göre sosyal koruma

yardımları içerisinde ayrı bir risk grubu başlığı altında verilen sosyal dışlanmanın etkileri nedeniyle diğer risk faktörlerinin oluşumunda ve her bir risk grubu içerisinde yer alan kişi sayısında günden güne artış gözlenmektedir.

SONUÇ

Sosyal dışlanma; toplumdan soyutlanmaya ve toplumsal patlamalara; sosyal sorumluluk algısının yok olmasına, toplumdaki kurumsal yapının sorgulanmasına ve olumsuz davranışların meydana gelmesine neden olmaktadır. Bugün sosyal dışlanmanın en önemli sosyal problemler arasında yer alması; sosyal yıkımlara sebep olması ve çözüm yöntemlerinin geliştirilmesinin güç olmasından kaynaklanmaktadır. Sosyal dışlanma olgusuyla yalnızca ekonomik anlamda eşitsizlik değil, toplumdaki tüm kaynakların adil şekilde dağıtılmaması nedeniyle kişilerin toplumla bütünleşememesi ve sosyal katılımın sağlanamaması gibi eşitsizlik boyutları da karşımıza çıkmaktadır. Ekonomik kalkınma olgusu ekonomik büyümeye ek olarak, çıktıların dağılımındaki ve ekonominin bileşenlerindeki değişimleri kapsamaktadır. Böylece ekonomik kalkınma, sayısal olarak tanımlanamayan birçok kavramı da etkilemektedir. Ekonomik kalkınma için ekonominin büyümesi, üretimde artış sağlanması, kişi başına GSYH'da yükselme elbette gerekmektedir. Ancak ekonomik büyüme ekonomik kalkınma için tek başına etkili değildir. Büyüyen ekonominin kesinlikle kalkınacağını söylemek güçtür. Kalkınma için gerekli olan sosyal faktörler bireyin; ailesi, çevresi, akrabaları, komşuları ve toplumla olan sosyal ilişkilerini kuvvetlendirmesi gerektiğidir. Bu sayede birey çevresinden maddi manevi destek alma imkanına sahip olur. Sosyal ilişkilerin gelişmesi bireyin dayanışma duygularını arttırmaktadır. Aynı zamanda; bireylerin kendi kültür, gelenek ve göreneklerini yaşama olanağından yoksun olmaları, toplumsal hayattan dışlanmaya neden olmaktadır. Özellikle farklı kültür ve inançlara karşı kapalı toplumlarda diğer kültürlere karşı olumsuz tutum ve yabancı düşmanlığı meydana gelmektedir. Böylece dışlanmanın yaşandığı toplumda gecekondulaşma gibi toplumsal bütünleşmeden ziyade toplumdan soyutlanma ile sonuçlanan kutuplaşmış toplumlar oluşmaktadır.

Çalışmamızın ilk bölümünde sosyal dışlanma olgusunun nedenleri arasında yer alan eşitsizlik, gelir dağılımı adaletsizliği, işgücü piyasasındaki değişimden kaynaklanan işsizlik gibi aslında her birinin sosyal koruma kapsamındaki risk faktörü başlıklarının temelini oluşturan sebeplerden dolayı söz konusu risk grupları artarak devam etmektedir. Her bir risk grubundaki artış harcamalardaki artışı da beraberinde getirecek ve ekonomik kalkınma sürecine etkisi olumsuz yönde olacaktır.

Sosyal yardımların yoksulluğu önleme açısından bir tedbir olarak görülmesi, artan sorunlara uygun çözümler getirmeksizin her koşulda devam ettirilmesi, yoksulluğun sürekliliğine ve kıt olan kamu kaynaklarının verimsiz kullanımına neden olacaktır. Kamu yönetimlerinin sosyal koruma kapsamındaki sosyal yardım politikaları ile günden güne zorlaşan yoksullukla mücadele çabalarıyla yoksul kesimlerin olumsuz şartlarını engellenmek amaçlanmaktadır. Fakat sosyal yardımların günden güne artan maliyetleri, sürekliliği ve sürdürülebilirliği hususunda ekonomik kalkınma sürecindeki yeri ve önemi tartışma konusu oluşturduğunu düşünmek de mümkündür. Yoksulluğu ve eşitsizliği azaltmayı amaçlayan sosyal yardımlar, maliyetleri nedeniyle sürdürülebilirlikleri zor olduğu için uzun süreçte yoksulluğa çözüm getirememektedir.

Türkiye'de yıllardan beri yoksulluk kavramına yaklaşım yardımseverlik anlayışı üzerinden yapılmıştır. Türkiye'de yapılan çalışmalarda sosyal yardımlar, sosyal yardımların ulaştığı kişi sayısının yetersizliği, sosyal yardımlar için yoksulluk kriterinin objektif olmaması, veri tabanı problemleri, sosyal yardım oranında azalma, istihdama yönlendiren sosyal yardım faaliyetlerinin eksikliği, sosyal hizmeti temel alan çalışmalara olan destek yoksunluğu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının işbirliğinin gelişmemesi gibi sorunlara sahip olmakla birlikte, toplumsal barışın önemli unsuru olma özelliğine de sahiptir. Buradaki ince ayrıntı, bu harcamaları bir yandan yerel yönetimlere aktarmak diğer yandan da bu harcamaların ekonomik kalkınmaya engel olacak düzeyde olmasına izin vermemektir. Bu harcamaları, beşeri sermayenin ekonomik kalkınmaya katkısı durumunu dönüştürmek Türkiye'nin geleceği için son derece önemlidir.

KAYNAKÇA

AKTAŞ, A. (2014). Sosyal Dışlanma Bağlamında Sosyal Yardımlar ve Karşılaştırmalı Politika Önerileri. Ankara: Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Dış İlişkiler ve Yurtdışı İşçi Hizmetleri Genel Müdürlüğü.

ALATAŞ, S. (2014). Ekonomik Kalkınmayı Belirleyen Faktörler: Ampirik Bir Analiz. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi İktisat Anabilim Dalı.

ÇAKIR, Ö. (2002). Sosyal Dışlanma. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , 83-104.

DOĞAN, İ. (2014). Sosyal Dışlanma ve İşgücü Piyasaları: İstanbul Fatih İlçesi'nde Bir Saha Araştırması. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı.

GÜNEŞ, M. (2012). Yoksullukla Mücadelede Sosyal Yardımların Bir Kamu Yönetimi Politikası Olarak Sürdürülebilirliği. Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi , 12 (24), 149-184.

İMANLI, E. (2018). Yeni Dünya Düzeninin Geleceği: Eşitsizlik, Yoksulluk ve Sosyal Dışlanma. Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı.

ÖZYAKIŞIR, D. (2011). Beşeri Sermayenin Ekonomik Kalkınma Sürecindeki Rolü: Teorik Bir Değerlendirme. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi , 46-71.

ŞAHİN, T. (2009). Sosyal Dışlanma ve Yoksulluk İlişkisi. Ankara: Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü

TARTANOĞLU, Ş. (2010). Sosyal Dışlanma: Küreselleşme Perspektifinden Bir Kavramsallaştırma Çabası. Sosyoloji Konferansları Dergisi .

YAVİLİOĞLU, C. (2002). Kalkınmanın Anlambilimsel Tarihi ve Kavramsal Kökenleri. Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 59-77.

YÜCEOL, H. M. (2007). Türkiye'de Bölgesel İşgücü Hareketleri, İşsizlik ve Ekonomik Kalkınma. "İş,Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi , 9 (1), 108-125.

TÜİK. [Türkiye İstatistik Kurumu] (2015). Türkiye'de Sosyal Koruma Harcamalarının Yardım Türlerine Göre Dağılımı. (www.tuik.gov.tr). , Erişim Tarihi: (28.08.2018).

www.timeturk.com/sosyal-koruma-istatistikleri-aciklandi/haber-405453, Erişim Tarihi: (05.09.2018).

Suriyeli Sığınmacıların Entegrasyonunun Sağlanmasında Sosyal Pazarlama Yaklaşımı

Doç. Dr. Mustafa Hatipler[1] **Nilgün Köksalan[2]**

[1]Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, mustafahatipler@gmail.com

[2]Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Fakültesi, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bölümü, nilgunkoksalan@gmail.com

Özet: Geçmişten günümüze insanlar, pek çok sebeple yaşadıkları topraklardan ayrılarak başka yerleşim yerlerine göç etmektedir. 2011 Mart ayında Suriye'de başlayan içsavaşla birlikte çok sayıda Suriyeli, komşu ülkelere sığınmak zorunda kalmıştır.

Suriye'den, özellikle ülkemize doğru, son on yıl içinde, kitlesel sayılabilecek göç dalgaları yaşanmıştır. Göç edenler için, başlangıçta kamplarda başlayan hayat, kısa zaman içinde, komşu şehirlere ve ardından büyükşehirlere taşınmıştır. Haziran 2018 itibariyle, Türkiye'de, resmi rakamlara göre sayıları üç buçuk milyonu geçen Suriyeli sığınmacıyla beraber, bir yandan birlikte yaşam diğer yandan da entegrasyon konusu gündeme gelmiştir.

Bilindiği gibi entegrasyon, sığınmacıların yeni toplumun değerlerine davranış ve bilinç bakımından uyum ile birlikte kendi varlıklarını da devam ettirebilme becerisini içeren bir kavramdır. Entegrasyon her iki taraf için de zorlu bir süreçtir.

Türkiye'nin entegrasyon politikası, iki aşamalı olup özellikle eğitim ve istihdam politikalarını içermektedir. Bu konuda, Suriyeli mültecilerle ilgili olarak bir yandan Suriyelilerin ülkeye girişi, kalışı ve resmi statülerini düzenlemek amacı ile bir dizi resmi düzenleme ve kanun değişikliği yapılmış diğer bir yandan toplumsal entegrasyonun sağlanması amacı ile eğitim ve istihdam politikaları geliştirilmiştir.

Günümüzde, pazarlama yaşamın her alanında kullanılmaktadır. Sosyal bir fikri topluma benimsetmek ve bu konuda olumlu davranış değişikliği meydana getirmek amacıyla düzenlenen pazarlama faaliyetleri, sosyal pazarlama olarak adlandırılmaktadır. Olumsuz davranışları azaltmak için ikna edici ve eğitici kamu spotları, afiş, broşür, sergi, panel ve toplantı gibi tekniklerden yararlanılmaktadır.

Sosyal pazarlama geleneksel pazarlamadan farklı olarak pazarlamacının elde edeceği faydadan çok, hedef kitlenin ve genel toplumun faydası için sosyal davranışları etkilemeye yönelik yapılan faaliyetleri içerir. Sosyal pazarlamada temel amaç, farklı hedef grupların tutum ve davranışlarını değiştirmektir. Sosyal pazarlama, bu amaca yönelik olarak sosyal programların planlanması ve pazarlama yaklaşımlarının uygulanmasını içerir. Sosyal pazarlamada kâr amacı yerine sosyal amaç ve uzun vadeli toplum çıkarları ön plana çıkar. Sosyal pazarlama, topluma çevre bilincinin kazandırılması, çocukların eğitimi, madde bağımlılığı ile mücadele gibi pek çok konuda uygulanmaktadır.

Bu küçük çalışmada, Türkiye'de bulunan Suriyeli sığınmacıların durumu ele alınarak bu sığınmacıların sosyal pazarlama yaklaşımıyla entegrasyonunun sağlanması konusu üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sığınmacı, Sosyal Pazarlama, Entegrasyon.

GİRİŞ

Tarih boyunca çeşitli sebeplerle var olan ve toplumların yapısını birçok yönden etkileyen göç olgusu, günümüz dünyasında da çatışma, iç savaş, ekonomi, sosyal, kültürel ve siyasi sebepler neticesinde meydana gelerek yaşamları şekillendirmeye devam etmektedir.

Geçtiğimiz yıllarda Suriye'de yaşanan iç savaş nedeniyle ülkemize doğru yaşanan göç dalgası beraberinde topluma kabul, uyum ve entegrasyon sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Konu, hem Suriye'den göç edenler hem de Türkiye açısından büyük bir sorundur. Her iki taraf için çeşitli zorluklar içeren bu sorun, zaman içinde uygulanan ve geliştirilen eğitim ve istihdam politikalarıyla aşılmaya çalışılmaktadır. Yaşamın her alanında kullanılan pazarlama, 'sosyal pazarlama' yaklaşımıyla bu gibi toplumsal problemlere çözüm getirmeyi amaçlamaktadır.

Sosyal pazarlama, geleneksel pazarlamadan farklı olarak kar amacı gütmez, toplum yararını ön plana çıkartır ve olumlu davranış değişikliği oluşturmaya çalışır. Sosyal pazarlama, bunu yaparken, "Biz neredeyiz? Nereye gitmek istiyoruz? Gitmek istediğimiz yere nasıl ulaşabiliriz?" gibi üç temel soru çerçevesinde ilerler. Bu anlamda, sigarayla mücadele, engellilerin yaşama katılması, kadına şiddet, çocuk istismarı gibi sosyal konularda, pazarlama araçlarını kullanarak uzun vadede bir toplum yararı sunar.

Bu çalışmada, Suriye'de yaşanan iç savaş nedeniyle ülkelerini terk etmek ve topraklarımıza sığınmak zorunda kalan Suriyeli sığınmacıların Türk toplumuyla entegrasyonunun sağlanması konusu sosyal pazarlama

yaklaşımıyla ele alınmıştır. Bundan murad, Suriyeli sığınmacıların yaşadıkları travmaları azaltmak ve toplumsal barışın tesisinin olabildiğince çabuk sağlanması için teklifler sunmaktır.

1.Göç Olgusu ve Suriye'den Türkiye'ye Doğru Yapılan Göç

Göç, belirli bir yerleşim bölgesinde yaşayan nüfusun belli bir kesiminin çeşitli ve farklı nedenlerle, bulunduğu yerden kalkıp başka bir yere yerleşmek üzere, ya da nispeten sürekli olarak gitmesidir (Akgür, 1997: 41). Göç, kişisel, ekonomik, siyasal, toplumsal ve çevresel nedenlerden kaynaklanmaktadır (Yalçın, 2004: 14).

1.1. Göç Olgusu

Başak (2011: 4) göç olgusunu, bireylerin yaşadıkları mekânları terk ederek, yerleşmek maksadıyla başka bir ülkeye gerçekleştirdikleri yer değiştirme olarak tanımlar ve göçün bireyin yaşadığı ülkede var olan baskı ve zulümden kaçma gibi siyasi bir sebebe dayanabileceği gibi, ekonomik gerekçelere de dayalı olabileceğini vurgular. Göçmen ise, siyasi, ekonomik, vb. sebeplerle ülkesini terk eden kişidir.

Göç; zorunlu ve gönüllü olmak üzere ikiye ayrılır. Gönüllü göç, kişinin kendi iradesiyle insanların meraklarını gidermek, maddi durumlarını düzeltmek için yapılır. Zorunlu göç ise terör, kan davası, toplum baskısı gibi nedenlerle, insanları daha güvenli yerler aramaya iten nedenlere dayalı olarak ortaya çıkmıştır (Akgür, 1997: 45-46).
Göçle ilgili bir diğer sınıflandırma da iç göç ve dış göç şeklindedir. Göçün aynı ülke içinde gerçekleşmesi durumunda iç göç, farklı ülkeler arasında gerçekleşmesi durumunda ise dış göç, bir başka deyişle uluslararası göç olarak ifade edilmektedir (Aksoy, 2012: 204).
Gürel (2001: 134), göçü, bireysel, kitlesel ve zincirleme göç şeklinde sınıflandırmıştır. Bireysel göç, bireyin kendi özgür irade ve kararıyla göç etmesi şeklinde tanımlanır. Kitlesel göç ise zincirleme göçle bağlantılıdır. Ekonomik ve sosyal nedenlerle herhangi bir travma yaşandığında, toplumun tüm katmanlarını kapsayan zincirleme göç şeklinde ortaya çıkar ve zincirleme göç de insanların göç ettikleri yer hakkındaki fikirleri ve göç kararını üyesi oldukları grubun etkisiyle aldıkları göç türünü ifade eder. Bu çalışmada ele alınan "sığınmacı göçmenler"in statüsü dış/uluslararası göç kapsamındadır.

1.2.Suriye'den Yaşanan Göç Dalgası

2010 yılı itibariyle Tunus'ta başlayan rejim karşıtı gösteriler, zaman içinde Ortadoğu'da birçok ülkeyi etkilemiştir. 'Arap Baharı' olarak da ifade edilen bu gösteriler, 2011 yılı Mart ayında Suriye topraklarına da sıçramıştır. Ülke içinde farklı bölgelere yayılan bu rejim karşıtı gösterileri, Suriye devletinin kolluk kuvvetleriyle halka ateş açarak bastırması ile birlikte, ülke bir iç savaşın eşiğine gelinmiştir. Bu çatışmalardan etkilenen sivil halk, başta Türkiye olmak üzere, Lübnan, Ürdün, Irak, Mısır, Kuzey Afrika ve Avrupa ülkelerine göç etmiştir. Aşağıda yer alan Tablo. 1.1.'de görüldüğü gibi, Türkiye'deki Suriyeli sığınmacı sayısı 3.546.905 kişiyle Türkiye nüfusunun yüzde 4' ünden fazlasına ulaşmıştır.

Tablo 1.1. Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği (UNHRC) Verilerine Göre Suriyeli Sığınmacıların Ülkelere ve Bölgelere Dağılımı

Ülkeler ve Bölgeler	Suriyeli Sığınmacı Sayısı
Türkiye	3.546.905
Lübnan	976.065
Ürdün	666.596
Irak	251.157
Mısır	129.737
Kuzey Afrika	33.545
Toplam	5.604.005

Kaynak:UNHRC Data Portal, Syria Regional Refugee Response, http://data.unhcr.org/syrianrefugees/regional.php, (Erişim Tarihi 20 Temmuz 2018).

29 Nisan 2011 tarihinde başlayan ilk göçün ardından Türkiye, "Açık kapı" politikası izlemiş, Türkiye'ye giriş yapan hiçbir Suriyeliyi geri göndermemiş ve kendilerine "geçici koruma statüsü" tanımıştır. Suriyeli

sığınmacıların ülkelerinde devam eden iç savaş nedeniyle Türkiye'de kalma süreleri uzamıştır. Türkiye Cumhuriyeti İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü verilerine göre Suriyeli sığınmacıların sayısı, yıllar içinde artmıştır. Aşağıda yer alan Grafik 1.1.'de bu artış gösterilmiştir.

Grafik 1.1.Suriyeli Sığınmacı Sayısındaki Artış



Kaynak: http://www.goc.gov.tr/icerik6/gecici-koruma_363_378_4713_icerik

Kayıtları alınarak kamplara yerleştirilen sığınmacıların yanında, Kilis, Hatay, Gaziantep, Kahramanmaraş gibi bölge illerinin yanı sıra İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Bursa gibi büyük şehirlere göç eden sığınmacıların sayısı da gün geçtikçe artmıştır. Aşağıda yer alan Tablo 1.2.'de Suriyeli sığınmacıların Türkiye'de illere göre dağılımı gösterilmiştir.

Türkiye'ye gelen Suriyeler mülteci olarak tanımlanamamaktadır. Mülteci, "ırkı, dini, tabiiyeti, belli bir toplumsal gruba mensubiyeti veya siyasi düşünceleri yüzünden, zulme uğrayacağından haklı sebeplerle korktuğu için vatandaşı olduğu ülkenin dışında bulunan ve bu ülkenin korumasından yararlanamayan, ya da söz konusu korku nedeniyle, yararlanmak istemeyen yahut tabiiyeti yoksa ve bu tür olaylar sonucu önceden yaşadığı ikamet ülkesinin dışında bulunan, oraya dönemeyen veya söz konusu korku nedeniyle dönmek istemeyen kişidir" (Koç, Görücü ve Akbıyık: 2015:65-66). Sığınmacı kavramı ise: "Vatandaşı olduğu ülkede meydana gelen olaylar nedeniyle ırkı, dini, milliyeti, belirli bir toplumsal gruba üyeliği veya siyasi düşünceleri nedeniyle baskıya maruz kalacağı için, vatandaşı olduğu ülke dışında bulunan ve vatandaşı olduğu ülkenin himayesinden yararlanamayan veya korkudan yararlanmak istemeyen, bir ülkeye sığınan ve o ülkeden mülteci statüsü talep eden yabancı" anlamına gelmektedir (Doğan, 2008). Birleşmiş Milletler (BM)'nin tanımıyla ise; ırkı, dini, milliyeti, belli bir sosyal gruba aidiyeti veya siyasi düşünceleri nedeniyle, zulüm göreceği konusunda, korku taşıyan ve bu yüzden ülkesinden ayrılan ve bu korkuları nedeniyle geri dönmeyen veya dönmek istemeyen kişi" sığınmacı olarak tanımlanır (BMMYK, 1951).

Suriye'den Türkiye'ye göç edenler, göçmen tanımına da mülteci tanımına da tam olarak uymaktadır. Türkiye, mevzuattaki boşluk sebebiyle Suriyelilerin statüsüyle ilgili olarak "Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu" (YUKK) çıkarmış ve Suriyelilerin statüsünü "geçici koruma'' altına almıştır. İlgili 6458 Sayılı YUKK'un "Geçici koruma'' başlıklı 91. Maddesinin 1. fıkrası şu şekildedir: "Ülkesinden ayrılmaya zorlanmış, ayrıldığı ülkeye geri dönemeyen, acil ve geçici koruma bulmak amacıyla kitlesel olarak sınırlarımıza gelen veya sınırlarımızı geçen yabancılara geçici koruma sağlanabilir'' (Resmi Gazete, 2013: Md. 91).

Türkiye'ye göç eden Suriyelilerin pek çoğunun kalıcı hale gelmesi ekonomik, sosyal, kültürel ve güvenlik boyutlarıyla birlikte entegrasyon konusunu da gündeme getirmiştir. Farklı dil, kültür ve yaşam tarzına sahip olsalar da tarihi, dini birçok ortak noktamızın da bulunduğu Suriyeli sığınmacıların iyi bir planlamayla Türkiye'ye

entegrasyonun sağlanması için zaman içinde bazı hukuki düzenlemeler yapılmış ve sosyal uyum politikaları geliştirilmeye çalışılmıştır.

Tablo 1.2.Suriyeli Sığınmacıların Türkiye'de İllere Göre Dağılımı

GEÇİCİ KORUMA KAPSAMINDAKİ SURİYELİLERİN İLLERE GÖRE DAĞILIMI

İL SIRA	ÜLKEMİZDE GEÇİCİ KORUMA KAPSAMINDA BULUNAN SURİYELİLERİNDAĞILIMI 11.07.2018 (ALFABETİK)								
	İLLER	KAYIT EDİLEN	NÜFUS	İL NÜFUSU İLE KARŞILAŞTIRMA YÜZDESİ	İL SIRA	İLLER	KAYIT EDİLEN	NÜFUS	İL NÜFUSU İLE KARŞILAŞTIRMA YÜZDESİ
	TOPLAM	3.546.905	80.810.525	4,39%		TOPLAM	3.546.905	80.810.525	4,39%
1	ADANA	219.155	2.216.475	9,89%	42	KAHRAMANMARAŞ	81.940	1.127.623	7,27%
2	ADIYAMAN	29.611	615.076	4,81%	43	KARABÜK	604	244.453	0,25%
3	AFYONKARAHİSAR	3.998	715.693	0,56%	44	KARAMAN	543	246.672	0,22%
4	AĞRI	814	536.285	0,15%	45	KARS	153	287.654	0,05%
5	AKSARAY	2.109	402.404	0,52%	46	KASTAMONU	1.019	372.373	0,27%
6	AMASYA	471	329.888	0,14%	47	KAYSERİ	75.130	1.376.722	5,46%
7	ANKARA	81.403	5.445.026	1,49%	48	KIRIKKALE	1.109	278.749	0,40%
8	ANTALYA	1.022	2.364.396	0,04%	49	KIRKLARELİ	2.457	356.050	0,69%
9	ARDAHAN	109	97.096	0,11%	50	KIRŞEHİR	1.038	234.529	0,44%
10	ARTVİN	36	166.143	0,02%	51	KİLİS	130.841	136.319	95,98%
11	AYDIN	11.463	1.080.839	1,06%	52	KOCAELİ	47.588	1.883.270	2,53%
12	BALIKESİR	3.562	1.204.824	0,30%	53	KONYA	91.778	2.180.149	4,21%
13	BARTIN	90	193.577	0,05%	54	KÜTAHYA	651	572.256	0,11%
14	BATMAN	21.414	585.252	3,66%	55	MALATYA	26.576	786.676	3,38%
15	BAYBURT	29	80.417	0,04%	56	MANİSA	12.283	1.413.041	0,87%
16	BİLECİK	513	221.693	0,23%	57	MARDİN	92.021	809.719	11,36%
17	BİNGÖL	878	273.354	0,32%	58	MERSİN	209.325	1.793.931	11,67%
18	BİTLİS	633	341.474	0,19%	59	MUĞLA	13.478	938.751	1,44%
19	BOLU	1.691	303.184	0,56%	60	MUŞ	1.164	404.544	0,29%
20	BURDUR	8.739	264.779	3,30%	61	NEVŞEHİR	8.941	292.365	3,06%
21	BURSA	151.293	2.936.803	5,15%	62	NİĞDE	3.779	352.727	1,07%
22	ÇANAKKALE	3.186	530.417	0,60%	63	ORDU	615	742.341	0,08%
23	ÇANKIRI	420	186.074	0,23%	64	OSMANİYE	49.387	527.724	9,36%
24	ÇORUM	2.162	528.422	0,41%	65	RİZE	746	331.041	0,23%
25	DENİZLİ	12.172	1.018.735	1,19%	66	SAKARYA	14.093	990.214	1,42%
26	DİYARBAKIR	32.951	1.699.901	1,94%	67	SAMSUN	3.851	1.312.990	0,29%
27	DÜZCE	1.292	377.610	0,34%	68	SİİRT	3.656	324.394	1,13%
28	EDİRNE	908	406.855	0,22%	69	SİNOP	107	207.427	0,05%
29	ELAZIĞ	11.759	583.671	2,01%	70	SİVAS	4.027	621.301	0,65%
30	ERZİNCAN	101	231.511	0,04%	71	ŞANLIURFA	472.833	1.985.753	23,81%
31	ERZURUM	961	760.476	0,13%	72	ŞIRNAK	14.929	503.236	2,97%
32	ESKİŞEHİR	3.282	860.620	0,38%	73	TEKİRDAĞ	10.607	1.005.463	1,05%
33	GAZİANTEP	389.773	2.005.515	19,44%	74	TOKAT	952	602.086	0,16%
34	GİRESUN	133	437.393	0,03%	75	TRABZON	2.608	786.326	0,33%
35	GÜMÜŞHANE	71	170.173	0,04%	76	TUNCELİ	44	82.498	0,05%
36	HAKKARİ	5.742	275.761	2,08%	77	UŞAK	2.050	364.971	0,56%
37	HATAY	443.030	1.575.226	28,12%	78	VAN	1.796	1.106.891	0,16%
38	IĞDIR	88	194.775	0,05%	79	YALOVA	2.794	251.203	1,11%
39	ISPARTA	7.180	433.830	1,66%	80	YOZGAT	3.054	418.650	0,73%
40	İSTANBUL	563.716	15.029.231	3,75%	81	ZONGULDAK	329	596.892	0,06%
41	İZMİR	138.049	4.279.677	3,23%					

T.C. İÇİŞLERİ BAKANLIĞI GÖÇ İDARESİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ

Kaynak:http://www.goc.gov.tr/files/files/24gecici_koruma_kapsamindaki_suriyelilerin_illere_gore_dagilimi_12_07_2018.jpg

2.Entegrasyon Kavramı

Entegrasyon, İngilizce "integration" kelimesininTürkçe'ye aktarılmış halidir. Hartfiel ve Hillman (1972: 344), entegrasyonu yeni toplumun değerlerine davranışsal ve şuursal olarak uyum şeklinde tanımlamışlardır. Karmaşık toplumsal bir süreci işaret eden (Özbent, 2008: 26)entegrasyon, temel olarak bütünleşme, kaynaşma, içiçe geçme ve ahenk anlamlarına gelmektedir (Yavuz, 2013: 616).

Entegrasyon, göçmenlerin içerisinde yaşamak durumunda oldukları yeni toplumda kendi varlıklarını devam ettirebilme becerisini içeren bir kavram olarak karşımıza çıkar (Şahin, 2010: 105). Göç sonrasında kültürlerarası bir ilişkinin (Kartari, 2006: 12) yaşandığı süreçte, farklı toplumsal kesimlerin kendilerini koruması ve yeni toplumsal ortamda bir arada yaşaması için etkili bir yoldur.

2.1.Entegrasyonun Nedenleri

Entegrasyon yaklaşımı bir taraftan göçmenlerin yaşadıkları topluma, kendi kültürlerinden kopmadan, uyumunu esas alırken diğer taraftan göç edilen toplumun da uyum süreci için gerekli zemini hazırlamasına özellikle vurgu yapmaktadır (Yavuz, 2013: 617).

Entegrasyon, ülke içindeki azınlıkları görmezden gelmek yerine, bu azınlıkların toplumla uyum içinde yaşamasını savunur. Toplumsal ayrışmayla birlikte ortaya çıkabilecek sorunların ekonomik, siyasi, sosyal ve psikolojik maliyetini düşürmeyi hedefler. Aynı zamanda, toplumsal farklılık ve ayrışmanın marjinalleşme ve radikalize olmasının önüne geçilmesinde etkili bir yoldur (Esser, 2000: 58-61).

Entegrasyonun sağlanması anlamında toplumda her bir bireyin ve her bir ekonomik, siyasi, kültürel yapının sorumlulukları vardır. Toplumsal uyum ve kabul problemlerinin en kısa sürede giderilebilmesi için devletle birlikte,aile, sivil toplum kuruluşları, piyasa ve aydınlara önemli görevler düşmektedir.

2.2.Entegrasyonun Araçları

Entegrasyon sürecinde problemlerin belirlenmesi, planlamanın yapılması, koordinasyonu, yönetimi ve denetimi için çeşitli araçlar kullanılabilir. Bu araçlar toplumsal ayrışma ve uyumsuzluk sorunlarının önüne geçilerek hızlı ve etkili bir entegrasyon sağlamayı hedefler.

Entegrasyonun araçlarını, sosyal yardımlar, dil, din, eğitim ve kitle iletişim araçları başlığı altında ele almak mümkündür.

2.2.1. Sosyal yardımlar

Yiyecek, barınma gibi temel ihtiyaçların öncelikle giderilmesi anlamında toplumsal yardımlar ve destekler öne çıkan araçlardandır. Devlet, sivil toplum kuruluşları, bireyler çeşitli sebeplerle ülkemize göç etmiş insanları ve aileleri bu en zor günlerinde destekleyerek hızlı ve etkili bir entegrasyon sürecinin sağlanmasına da katkı sağlamış olacaklardır.

2.2.2. Dil

En önemli toplumsal ayrışma ve bütünleşme araçlarından birisi olan dil, sağlıklı bir entegrasyon sürecinin yaşanması için de hayati bir öneme sahiptir. Ülkede hakim olan dilin baskı ve zor kullanarak ülkeye iradesinin dışında göç etmiş insanlara dayatılmasından çok onların da dillerini kullanabileceği bir ortamın koşullarını oluşturmak entegrasyon sürecinin hızlı ilerlemesinde faydalı olacaktır.

2.2.3. Din

Din toplumların yapısında belirleyici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Topluma kabul ve uyum sürecinde dini inanışlar kilit bir rol oynar ve diğer bir çok toplumsal farklılıkların olmasına iki topluluk arasında önemli bir ortak payda oluşturur.

2.2.4. Eğitim

Toplumsal entegrasyonun en önemli araçlarından birisi de eğitimdir. Eğitim yoluyla toplumlar arasındaki ayrışma yaratan faktörler aşındırılarak, toplumsal bir birliktelik sağlanmaya çalışılır.

2.2.5. Kitle İletişim Araçları

Yaşamın bir çok alanında insan davranışlarını yönlendirmede büyük bir etkiye sahip kitle iletişim araçları, entegrasyon sürecinin başarılı bir şekilde ilerlemesinde önemli katkılar sunar.

3.Sosyal Pazarlama

Günümüzde pazarlama kavramı geleneksel kimliğinin yanında sosyal değişimlere daha duyarlı hale gelerek sosyal olayları da içine alacak şekilde genişlemiştir. Birçok firma faaliyetlerinde kâr amacı gütmenin ötesinde sosyal fayda sağlamayı amaçlamakta ve bu yönde çalışmalarını sürdürmeye çalışmaktadır. Sosyal pazarlamaya göre ekonomik kararlar yalnızca maliyet ve kar esaslı alınamaz ve karı düşük maliyeti yüksek bile olsa bazı ürün ve hizmetler pazarlanabilir.

Toplumsal sorunların çözümünde pazarlama bilgisinin araç olarak kullanılması esasına dayanan sosyal pazarlama son yıllarda pek çok şekilde karşımıza çıkmaktadır. Sosyal pazarlama kapsamında, sağlıklı yaşam, kadına şiddet, engelli insanların yaşama katılması, çocuk istismarı gibi çok önemli konularda kâr amacı gütmeyen kuruluşlarca toplumda bir bilinç oluşturulmaya çalışılmaktadır.

3.1.Sosyal Pazarlama Kavramı

Sosyal pazarlama kavramı ilk kez 1971'de bir sosyal olaya, düşünceye ve harekete pazarlama prensiplerinin ve tekniklerinin yararlarını anlatmak için tanımlanmıştır. Özellikle çevresel bozulmanın arttığı, nüfus artışıyla birlikte sosyal hizmetlerin aksadığı, kaynakların azalarak yoksulluğun arttığı, enflasyon düzeyinin yükseldiği 1970'li yılların sonunda modern pazarlamayı aşan bir gelişme olarak karşımıza çıkmıştır.

Ülkemizde ise 1980'li yılların sonunda sosyal amaçlı reklamcılık örnekleriyle başlayan sosyal pazarlama yaklaşımı daha sonra sosyal kampanyalarla devam etmiştir. 1984 ve sonrasında diş macunu firmalarının çeşitli medyadaki eğitim amaçlı reklamları bu amaçla yapılan ilk çalışmalardır (Baybars, 1999: 46).

Tanım olarak sosyal pazarlama; hedef kitlenin veya toplumun bir bütün olarak sağlığını ve iyiliğini geliştirme doğrultusunda olumlu davranış değişikliği geliştirmesini sağlamak amacıyla geleneksel pazarlama tekniklerinin kullanılmasıdır (Weinreich, 1999: 3-4). Andreasen (1995)'e göre sosyal pazarlama, geleneksel pazarlama uygulamalarının sosyal alanda kullanılması, davranışın gönüllü olarak değişimi ve toplum refahında iyileşme özelliklerini içerir. Lazer ve Kelly (1973: 4)'ye göre sosyal pazarlama: "Sosyal amaçlara ulaşmak için pazarlama bilgisi, kavramları ve tekniklerini kullanan, bunun yanı sıra pazarlama politikaları, kararları ve eylemlerinin yaratacağı sosyal sonuçlarla ilgilenen bir pazarlama dalı"dır. Bir diğer deyişle, sosyal pazarlama: "Hedef gruplardaki sosyal ve fikir ve uygulamaların kabul edilebilirliğini arttırmak amacıyla programların düzenlenmesi, uygulanması ve bu programların kontrolü faaliyetlerini içermektedir"(Çabuk ve Nakıboğlu, 2003: 42).

3.2.Sosyal Pazarlamanın Önemi

İşletmelerin tüketiciyi bir yandan ürün ve hizmetler anlamında tatmin etmeye çalışırken bir yandan da toplum faydasını gözetmesi gerekir. İşletme faaliyetlerinin toplumu olumsuz yönde etkilemesinin önlenmesi noktasında sosyal pazarlamanın önemi ortaya çıkar. Örneğin plastik şişe kullanımının azaltılması teşvik edilerek hem insan sağlığına hem çevreye verilen zararın önüne geçilmelidir. Çünkü plastik kirlilik her geçen gün inanılmaz boyutlara ulaşarak gelecek nesilleri de tehdit altına almaktadır. Bu nedenle, işletmeler yalnızca doğru ürünün doğru fiyat, doğru dağıtım ve doğru tutundurma ile tüketiciye hizmetin yanında faaliyetlerinde günümüz ve gelecekteki toplumun isteklerini de göz önünde tutmalıdır.

3.3.Sosyal Pazarlamanın Kapsamı

Trafik kazalarının önlenmesi, çevre kirliliğinin azaltılması, ormanların korunması, aile içi şiddetin önüne geçilmesi, kız çocuklarının okutulması, aşı kampanyalarının desteklenmesi gibi sosyal konularda işletmelerin

hassas davranarak toplumun uzun vadede faydasının gözetilmesi sosyal pazarlamanın kapsamı içindedir. Bir ürünün, bir hizmetin ya da bir fikrin pazarlama araştırılmasının yapılması, planlanması, dağıtımı, değerlendirmesi, tutundurma içerisinde reklam, halkla ilişkiler vs. gibi faaliyetler de yine sosyal pazarlama kavramı içerisinde yer alır.

3.4.Sosyal Pazarlama Uygulama ve Anlayışının Aşamaları

Sosyal pazarlama temelde üç aşamadan oluşur. Bunlar; tüketici ihtiyaçlarının belirlenmesi, ürün gelişimi ve ürün tanıtımıdır. Tüketici ihtiyaçlarının belirlenmesi, tüketicilerin beklentilerinin, isteklerinin belirlenmesi aşamasıdır. Bu anlamda yapılan pazarlama araştırmaları gibi faaliyetlerden oluşur.

Ürün gelişimi ise, pazarlama araştırmaları sonunda elde edilen bilgiler doğrultusunda, tüketicilerin ürün ve/veya hizmet konusundaki satın alma güçlerinin, isteklerinin, tercih ve alışkanlıklarının ürün ve/veya hizmete yansıtılmasıdır.

Üçüncü aşama olan ürün tanıtımı, ürün/hizmet nitelikleri, piyasadaki diğer ürünlerden farkları, tüketiciye ve topluma sağladığı faydaları konusunda tüketicinin reklam, halkla ilişkiler, sosyal medya, vs. aracılığıyla ikna edilmeye çalışılması esasına dayanır.

3.5.Sosyal Pazarlamanın Amacı

Sosyal pazarlama, toplumun faydası ve onun gerçek ihtiyaçlarına yönelik hizmet ve ürünler sunarak toplumun uzun vadede refah seviyesini artırmayı amaçlar. Aynı zamanda işletmelerin iktisadi birtakım amaçlarının yanında toplum çıkarlarını da gözeterek faaliyetlerini sürdürmesi, toplumun bir fikri, bir yeniliği kabullenme aşamasında pazarlama tekniklerinin kullanılarak bu hedefe ulaşılmaya çalışılmasını içerir.

3.6.Sosyal Pazarlamanın Alanları

Birçok sosyal problemin çözümünde kullanılabilecek geniş bir kapsama sahip olan sosyal pazarlama anlayışı temel olarak şu üç durumda kullanılır. Yeni bir bilgi ve alışkanlığın yayılması, karşı pazarlama ve bireylerin herhangi bir konuda harekete geçirilmesi.

3.6.1.Yeni bir bilgi ve alışkanlığın yayılmasında

Günümüzde sosyal pazarlama özellikle toplumda zaman içinde ortaya çıkan ve gelişen olaylarda, toplumda hali hazırda var olan bir düşüncenin, bir alışkanlığın, bir davranışın değişikliğe uğratılarak topluma benimsetilmesinde kullanılır. Hayat standartlarının iyileştirilmesi, sağlığa ve çevreye zararlı tüketimin önlenmesi gibi toplum faydasını ilgilendiren konularda karşılaşılan birtakım sorunlar sosyal pazarlama aracılığıyla pazarlama teknikleri kullanılarak giderilmeye çalışılmaktadır.

3.6.2.Karşı pazarlama uygulanması gerektiğinde

Sosyal pazarlama, yeni bir bilgi ve alışkanlığın topluma kazandırılması ve bir davranış değişikliği oluşturulmasına çalışılmasının yanında karşı pazarlama alanında da uygulama alanı bulmaktadır. Örneğin, birçok işletmenin sağlığa ve/veya çevreye hem kısa hem uzun vadede zararlı ürün ve hizmetlerin tüketiminin artırılması yönündeki çabalarına karşı "karşı pazarlama" kullanılarak bu ürünlerin zararları konusunda toplumun bilinçlendirilmesine çalışılır. Sosyal pazarlama bu anlamda kamuoyu gruplarını ve devleti arkasına alarak hareket eder.

3.6.3.Bireylerin herhangi bir konuda harekete geçirilmesinde

Bazı konularda bireyler, ne yapması gerektiğini bilirken bazı tereddütler yaşayabilir ve harekete geçme noktasında sıkıntılar yaşayabilir. Sosyal pazarlamacılar, sigarayı bırakma, kilo verme, sağlıklı ve dengeli beslenme, spor yapma vb. gibi davranışlarda reklam, afiş, sosyal medya, slogan gibi pazarlama teknikleriyle etkin olmayı amaçlar.

3.7.Sosyal Pazarlama ve Geleneksel Pazarlama Uygulamaları

Sosyal pazarlama kapsamı içinde geleneksel pazarlamada kullanılan değiş- tokuş teorisi, pazar bölümleme, tüketici yönlülük, rekabet, pazarlama karması ve sürekli denetim gibi kavramlar ve uygulamalar yer alır (Andreasen, 2002; Grier ve Bryant, 2005; Maibach, 2002; Smith, 1997). Buna ek olarak kâr amacı gütmeyen kuruluşlar tarafından uygulanan pazarlama faaliyetleri sosyal pazarlama kapsamında değerlendirilir. Bu kuruluşlar topluma hizmeti esas alır ve temelde ürün yerine hizmet üretirler. Bu anlamda sosyal pazarlama ürün pazarlamasından çok hizmet pazarlamasıyla ilgili uygulamalar içerir.

Geleneksel pazarlama uygulamalarının sosyal pazarlama içinde de uygulanmasını, değiş-tokuş teorisi, hedef kitle, rekabet, pazar bölümleme, tüketici yönlülük ve pazar bölümleme başlıkları altında ele almak mümkündür.

3.7.1.Değiş-tokuş teorisi

Bir davranışta bulunmak için başka bir davranıştan vazgeçmek esasına dayanan değiş tokuş teorisi sosyal pazarlama alanında da kullanılır. Bu kapsamda, hedef kitlede olumlu davranış değişikliği oluşturulmaya çalışılır. Davranış değişikliğinin olması halinde hedef kitlenin elde edeceği fayda bu değişikliği gerçekleştirmek için katlandığı maliyetlerden fazla olmalıdır. Ancak bu şekilde eylem amacına ulaşmış olur. Örneğin, kişiyi sigara içmekten vazgeçirecek olan sebepler, kendi sağlığı olabilir, sevdiklerinin sağlığı olabilir, maddi olabilir. Önemli olan davranış değişikliğini sağlayacak gerçek nedenin üzerinden uygulamaların yürütülmesidir.

Sosyal pazarlamada hedef kitlenin elde ettiği fayda, geleneksel pazarlamada elde edilen faydaya göre daha belirsizdir. Geleneksel pazarlamada, ürün, hizmet, para, zaman vb. konular değiş- tokuşa konu olurken, sosyal pazarlama psikolojik, sosyal, elle tutulamayan şeylerle bir fayda sağlamaya çalışır (İlter ve Bayraktaroğlu, 2007: 28).

3.7.2.Hedef kitle

Sosyal pazarlamada hedef kitleye ulaşmak geleneksel pazarlamaya oranla daha zordur. Bunun nedeni, sosyal pazarlamada ulaşılmak istenen hedef kitlenin çoğu zaman kendine sunulan ürünü alabilecek ve/veya anlayabilecek düzeyden uzak olmasıdır. Örneğin, "çocuk gelinler" konusunda davranış değişikliği oluşturmaya çalışılan toplumda okuma yazma düzeyi düşük olabilir ve basılı medyada yer alan mesajlar anlaşılmayabilir. Diğer yandan hedef kitle duyarsız ya da karşı çıkıyor olabilir. Aynı zamanda, birden fazla hedef kitlenin olması nedeniyle çoğunlukla farklılaştırılmış bölümleme stratejisi izlemek gerekir (Çabuk ve Yağcı, 2003: 168-169). Bu da maliyetlerin artmasına neden olur.

3.7.3.Rekabet

Sosyal pazarlama uygulamalarında kâr amacı olmadığından başarının ve rekabetin ölçümlenmesinde kullanılabilecek net, nicel performans ölçütleri bulunmamaktadır (Gençtürk ve Karata, 2002: 52). Geleneksel pazarlamada rekabet konusu rakip firma ya da ürünler olurken, sosyal pazarlamada rekabet, değiştirilmek istenen ve kişilerin sergilemekte olduğu davranıştır. Kotler, Roberto ve Lee (2002), üç tip rekabetten söz eder. Buna göre, sosyal pazarlama, amacına ulaşmak için bu üç rakiple mücadele eder. Bu rakiplerin ilki hedef kitlenin hali hazırda var olan davranışları ve bu davranışların onlara sağladığı faydalardır. İkincisi uzun süredir benimsenmiş davranışlardır. Üçüncü rakip ise alternatif mesajlar gönderen kişi ve kurumlardır.

3.7.4.Pazar bölümleme

Smith (1997: 24), Pazar bölümlemeyi; kişilerin davranış seçimlerinde etkili olabilecek özelliklerindeki benzerlikler açısından en iyi şekilde gruplandırılması süreci olarak tanımlar. Weinreich (1999)'a göre pazar bölümleme; coğrafi veya demografik özelliklere göre yapılabileceği gibi kişilerin fiziksel veya psikolojik geçmişleri, tutum ve davranışları gibi diğer bazı kriterler temel alınarak da gerçekleştirilebilmektedir. Sosyal pazarlama açısından pazar bölümleme ise çoğunlukla hedef kitlenin o zaman dilimindeki davranışlarını, niyetlerini, değişime ne kadar hazır olduklarını ve psikografik özelliklerini dikkate alan uygulamalardır (Slater, 1996; Slater ve Flora, 1991).

3.7.5.Tüketici yönlülük

Hedef kitlenin değer yargılarının, olaylara bakış açısının, istek ve ihtiyaçlarının en iyi şekilde tanımlanmış olması sosyal pazarlama uygulamaları sonucunda hedeflenen davranış değişikliğini sağlamak açısından son derece önemlidir. Bu nedenle sosyal pazarlama kampanyası hedef kitlenin bakış açısıyla planlanmalı, uygulanmalı ve değerlendirilmelidir.

3.7.6.Pazarlama karması

Sosyal pazarlamada pazarlama karması elemanlarının (ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma) dikkatli bir şekilde planlanması gerekir. Kişiler sosyal pazarlama kampanyası dahilindeki ürün ve hizmetlere daha hızlı ve daha uygun maliyetlere ulaşabilirse, olumlu davranış değişikliğini daha kolay gerçekleştirebilir. Örneğin, lösemili çocuklar için bir bağış kampanyası düzenlenmesi halinde, hedef kitlenin bu kampanyadan en etkin şekilde haberdar edilmesi ve hedef kitlenin ulaşabileceği yerlerde bağış merkezleri kurulması gerekir. Burada, bağış kampanyası ürün, bağış merkezlerine ulaşım fiyat, bağış merkezleri dağıtım ve bağış kampanyasının hedef kitleye duyurulması tutundurma karması elemanını oluşturur.

Lazer ve Kelley (1973)'e göre pazarlama karması üç ana unsurdan meydana gelir. Bunlar, mal ve hizmet, dağıtım ve iletişimdir. McCarthy (1960)'e göre ise, pazarlama karmasının elemanları ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtım olmak üzere dört tanedir. Günümüzde ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma unsurlarına ek olarak politik güç ve kamuoyu oluşturmak da dahil edilmiştir.

En büyük amacı hedeflenen davranış değişikliğini sağlamak olan sosyal pazarlama, bu amaç doğrultusunda hedef kitleye uygun bir pazarlama karması oluşturmaya çalışır. Bu pazarlama karması, ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma gibi unsurlardan oluşur.

3.7.6.1.Ürün

Sosyal pazarlama karması içinde ilk eleman "ürün" dür. Ürün, hedef gruba yapılan teklif olarak tanımlanabilir. Sosyal ürün, bir fikir, bir uygulama veya somut bir nesne olabilir. Sosyal pazarlamada ürün çok çeşitlidir. Sosyal pazarlamacılar için, sunulacak ürünün sosyal faydasının artırılması en önemli amaçtır.

3.7.6.2.Fiyat

Fiyat, söz konusu ürün/hizmetin hedef kitle açısından bedelidir. Fiyatta en önemli nokta, ürünü arz edenin maliyetiyle talep edenin ödeyebileceği bedel arasında bir denge yakalamaktır. Kâr amacı güden işletmeler fiyatı belirlerken öncelikle maliyetlerini göz önünde bulundururlar. Ancak sosyal pazarlamada öncelikli amaç bir an önce davranış değişikliğini gerçekleştirmek olduğundan ürün, hizmet veya fikrin maliyetinin yanında hedef kitlenin en rahat şekilde ürünü elde edebileceği bir fiyat belirlenmeye çalışılır.

3.7.6.3.Dağıtım

Sosyal pazarlama karmasında üçüncü unsur dağıtımdır. Dağıtım ürün/hizmetin hedef kitleyle buluşturulması anlamında yapılan faaliyetleri içerir. Dağıtımın görevi, ürün/hizmeti doğru yere doğru zamanda ulaştırmaktır. Sosyal açıdan faydalı olduğuna inanılan ürünlere tüketicilerin rahatça ulaşması ve zararlı olanlara erişimin sınırlandırılması dağıtım süreci içinde değerlendirilir.

3.7.6.4.Tutundurma

Tutundurma, hedef kitlenin ürün, hizmet veya fikrin farkına vararak tanımasını amaçlar. Doğru ürünü doğru fiyatlandırmayla doğru zaman ve doğru yerde dağıtımını gerçekleştirmenin yanında ürünün hedef kitleye ulaşması için bir farkındalık yaratmak gerekmektedir.Tutundurma; ürünü insanlara tanıtmak ve zihinlerine yerleştirmek faaliyetlerini içerir. Etkin bir tutundurma stratejisi davranış değişimini etkilemeyi amaçlayan dikkatlice tasarlanmış faaliyet setini ve birçok öğeyi içerir. Bunlar; her farklı hedef kitle için özel iletişim hedefleri/nesneleri; etkili ve dikkat çekici bir mesaj tasarlama rehberi ve uygun iletişim kanalının belirlenmesidir

(Hayward, Lambraki ve Garcia, 2012). Reklam, kişisel satış, satış geliştirme, halkla ilişkiler gibi faaliyetleri içeren tutundurma hedeflenen davranış değişikliğinin gerçekleştirilmesinde önemli bir rol oynar.

3.8.Sosyal Pazarlama ve Benzer Yaklaşımlar

Sosyal pazarlama dışında da davranışlarda değişim oluşturan eğitim yaklaşımı, ikna yaklaşımı, davranışsal değişiklik yaklaşımı ve sosyal etki oluşturma gibi alternatif yaklaşımlar mevcuttur (Andreasen, 1995:9-12). Sosyal pazarlama benzer yaklaşımları; eğitim, ikna, davranışsal değişiklik ve sosyal etki yaklaşımı başlıkları altında toplamak mümkündür.

3.8.1.Eğitim yaklaşımı

Sosyal pazarlama davranış değişikliğine odaklanırken eğitim yaklaşımı, inançlar üzerine odaklanır. İnançları değiştirerek davranış değişikliğini sağlamaya çalışır. Eğitim yaklaşımı sosyal baskıyı önemsemez. Sosyal pazarlama uygulamalarında ise sosyal norm ve sosyal baskılar dikkate alınır.

3.8.2.İkna yaklaşımı

İkna yaklaşımında, kişiler istenilen yönde motive edilir ve eyleme geçirilmeye çalışılır. İkna yaklaşımının sosyal pazarlamadan farkı, tüketicinin bakış açısını kullanabilmesidir. Sosyal pazarlamada, araştırmalarla tüketici istek ve ihtiyaçları belirlenerek hedefe ulaşılmak amaçlanır.

3.8.3.Davranışsal değişiklik yaklaşımı

Davranışsal değişiklik yaklaşımında, düşünce ve duyguların etkisinin dışsallaştırılması çabası hakimdir. Bu amaç doğrultusunda, öğrenme teknikleri ve ödül/ceza gibi uygulamalara yer verir. Bireysel ve pahalı olan davranışsal değişiklik yaklaşımıyla karşılaştırıldığında sosyal pazarlamanın hedef/seçilmiş bir kitleye sınırlı bir bütçeye ulaşmaya çalıştığı görülmektedir.

3.8.4.Sosyal etki yaklaşımı

Sosyal etki yaklaşımı, topluluk normlarını ve kolektif davranışı etkileyerek bireylere ve ailelere ulaşmayı hedefler. Afrika gibi topluluk normlarının güçlü olduğu ve ABD, Kanada gibi gelişmişlik düzeyinin yüksek olduğu toplumlarda olumlu sonuçlar verir.

4.Suriyeli Sığınmacıların Entegrasyonunun Sağlanması Uygulamasinda Sosyal Pazarlama Karması

Geçtiğimiz yıllarda Suriye'de yaşanan iç savaş nedeniyle ülkemize göç eden pek çok Suriye vatandaşının ülkemiz sınırları içinde şehirlere dağılması ve buralarda önemli bir zaman geçirmesi sonunda kalıcı hale gelmesi beraberinde entegrasyon konusunu gündeme getirmiştir. Bu entegrasyonun sağlanması hem Suriye'den Türkiye'ye göç edenler hem de Türkiye açısından faydalı olacaktır. Suriyelilerin entegrasyonun sağlanması için daha önce değinilmiş olan sosyal pazarlama tekniklerin kullanımının yanında pazarlama karması araçları doğrultusunda bir sosyal pazarlama karması oluşturulması mümkündür. Suriye'den Türkiye'ye göç edenlerin Türkiye'ye entegrasyonunun sağlanmasında sosyal pazarlama karması uygulaması ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma aşamaları şeklinde olmalıdır:

4.1.Ürün Aşaması

Sosyal pazarlama çalışmalarında ürün, satmakta olduğumuz şeydir: istenilen davranışlar ve bu davranış neticesinde elde edilen faydalardır. Suriyeli sığınmacıların entegrasyonunun sağlanmasında temel ürün, davranış değişikliğini sağlayacak programların geliştirilmesidir.
Ürün aşamasında yapılacak çalışmalar, entegrasyon sağlanmasının her iki toplum açısından faydalarının anlatılması, bu konuda hedef kitlede farkındalık geliştirilmesi, iki toplum arasındaki çatışmaların azaltılması, çeşitli uyumsuzlukların giderilmesi gibi konuları kapsamalıdır.

4.2.Fiyat Aşaması

Entegrasyon hedefine ulaşmak için oluşturulan program, proje, çalışmaların maliyetleri fiyat kavramı içerisinde yer alır. Ayrıca, entegrasyonun sağlanması için yapılan kamu harcamaları, sivil toplum harcamaları, bağışlar, her iki toplum için harcanan zaman ve çaba da fiyat aşamasında ele alınabilecek konular arasındadır.

4.3.Dağıtım Aşaması

Sosyal pazarlama açısından dağıtım, sosyal ürünün hedef kitleye doğru zaman ve doğru yerde ulaştırılması faaliyetlerinden oluşur. Suriyeli sığınmacılarla entegrasyonun sağlanması için birçok yerde açılan merkezler, telefon hatları, internet siteleri vb. yoluyla hedef kitlenin bu konu hakkında bilgi alabileceği kaynaklara en kolay şekilde erişiminin sağlanması bu kapsam dahilindedir.

4.4.Tutundurma Aşaması

Tutundurma aşamasında reklam, halkla ilişkiler, kişisel satış, satış geliştirme gibi araçlar kullanılır. Reklamın ikna etme, bilgilendirme, hatırlatma gibi fonksiyonlarından faydalanarak entegrasyonun sağlanması için verilecek mesajların geniş kitlelere duyurulması sağlanır. Halkla ilişkiler yoluyla bu sosyal ürünün tanıtımı, hedef kitlenin bu konudaki istek ve şikayetlerinin belirlenmesi, hedef kitle ve sosyal ürünü tanıtacak personelin eğitimi amaçlanır. Satış geliştirme hedef kitlede entegrasyon konusunda farkındalık oluşturmak için promosyon, hediye ürün, kupon, yarışma, çekiliş gibi araçlardan faydalanır. Kişisel satış ise hedef kitleyi oluşturan bireylerle doğrudan iletişim kurar. Bu anlamda, yüz yüze görüşme, telefonla görüşme gibi tekniklerle entegrasyon için iknaya dayalı bir strateji izlenmelidir.

Sonuç

Somut hedefi bireylerde davranış değişikliği oluşturmak olan sosyal pazarlama, günümüzde toplumda zaman içinde ortaya çıkan problemlerin çözümünde etkili bir yol olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal fayda sağlama amacının ön planda tutulduğu sosyal pazarlama, pazarlama tekniklerini kullanarak hedefine ulaşmaya çalışır. 1960 lı yılların sonunda Lazer, çeşitli sosyal sorunlar üzerinde pazarlama bilgi ve tekniklerinin uygulanabileceğini görüşünü ileri sürerek pazarlamanın yalnızca kuruluş yönetimlerine özgü olmadığının altını çizmiş, Kotler ve Levy ise pazarlama yaklaşımının kâr amacı gütmeyen kuruluşlarda da uygulanabileceğine dikkati çekmişlerdir (Akt: Mucuk,1987: 20)

2011 yılı itibariyle başlayan iç savaş nedeniyle yaklaşık 11 milyon Suriyeli yerinden edilmiş, bunlardan 6,6 milyon Suriyeli ülke içinde göç ederken, yurtdışına mülteci olarak gidenlerin sayısı 4 milyonu aşmıştır. Türkiye, Lübnan, Ürdün, Irak ve Mısır gibi ülkelere doğru yoğun bir göç yaşanmıştır. Buna ek olarak dünyanın pek çok ülkesine yasal ve yasa dışı yollardan geçiş yapılmıştır. Suriye'den ülkemize yaşanan göç dalgasından bu yana ülkemiz sınırları içinde Suriyeli sığınmacı sayısı 3.5 milyonu geçmiştir. Suriye'deki uzun bir dönem boyunca devam eden iç savaş nedeniyle göç eden birçok sığınmacının çeşitli şehirlere dağılarak burada önemli bir zaman kalması, sığınmacıların kalıcı olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır. Bu nedenle Suriyeli sığınmacılar için eğitim, öğretim, çalışma izni alımı, dil öğrenimi, sağlık, hukuk gibi hizmetlerden yararlanma, meslek edinme, girişimcilik vb. konularda çeşitli yasal düzenlemeler yapılmıştır. Yine Suriyeli sığınmacıların yaşam şartlarında düzenleme ve iyileştirme sağlamak amacıyla devlet kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve gönüllü bazı topluluklar çeşitli yardımlaşma faaliyetleri düzenleyerek sorunların çözümüne katkı sunmaya çalışmışlardır. Örnek olarak, Kızılay, Suriyeliler için mesleki eğitim projeleri düzenlemiş ve toplum merkezleri kurmuştur.

Genel olarak sığınmacıların geldikleri yere uyum sağlaması oldukça zordur ve kısa sürede gerçekleşecek bir durum değildir (Apak, 2014: 68). Kendilerini topluma kabul ettirme ve çevreleriyle etkileşim sonucunda yaşayabilecekleri dışlanma nedeniyle pek çok sorun yaşamaktadırlar. Ayrıca, uyumsuzluk, çatışma ve yabancılaşma gibi problemler de söz konusu olabilmektedir. Apak (2014: 58)'a göre, sığınmacılar dil, din, göç edilen ülkede milli nüfus içindeki yabancıların oranı ve yabancılara karşı tutum, yeni çevreye uyum, ekonomik zorluklar ve kültürel farklılıklar konusunda sorunlarla karşılaşmaktadır.

Ülkemizde, entegrasyon konusunda yapılan çalışmaların ilki, Suriyeli sığınmacıların statülerini belirlemek olmuştur. Cenevre Sözleşmesi gereği mülteci olarak kabul edilmeyen Suriye vatandaşları Ekim2011'den itibaren, İçişleri Bakanlığı'nın 1994 yılındaki *Türkiye'ye İltica Eden veya Başka Bir Ülkeye İltica Etmek Üzere Türkiye'den İkamet İzni Talep Eden Münferit Yabancılar ile Topluca Sığınma Amacıyla Sınırlarımıza Gelen*

*Yabancılara ve Olabilecek Nüfus Hareketlerine Uygulanacak Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik"'*nin 10. Maddesi gereğince "geçici koruma rejimi"ne alınmıştır. Geçici koruma rejimi, açık kapı politikası, geri dönmeye zorlamama, bireysel statü belirlemenin yapılmaması, kamplarda barınma ve diğer temel hizmetlerin sunulması gibi ilkeleri içermektedir. Diğer yandan sosyal uyumu gerçekleştirecek en önemli konu olan eğitim anlamında 2013 yılında Milli Eğitim Bakanlığı (MEB), 26 Nisan 2013 ve 26 Eylül 2013 tarihlerinde yayımladığı genelgeler ve çeşitli faaliyetler düzenlenmiştir. Göç eden sığınmacıların çoğunluğunu genç ve çocukların oluşturduğu düşünüldüğünde eğitim halledilmesi gereken en önemli entegrasyon çalışması olarak karşımıza çıkmaktadır.

Eğitimin yanında sağlık hizmetlerinde de önemli entegrasyon çalışmaları yapılmış ve Suriyeli sığınmacıların bu hizmetlerden en iyi şekilde faydalanabilmesi için çeşitli düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Örneğin Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD), 18 Ocak 2013 tarihinde yayınladığı genelge ile kamp dışında yaşayan Suriye uyrukluların hastanelerden ve sağlık merkezlerinden ücretsiz olarak yararlanmasının önünü açmıştır. Bu genelgeye göre kamp dışında yaşayan mültecilerin, geçici yerleşim merkezlerinin yer aldığı 10 ildeki sağlık kurumlarına başvurmaları durumunda önleyici ve tedavi edici sağlık hizmetlerinin masrafları AFAD tarafından karşılanacaktır.

Bu çalışmada, pazarlama bilgisinin sosyal alanda bir fayda elde etmek amacıyla kullanıldığı "sosyal pazarlama" yaklaşımı ele alınmış ve Suriyeli sığınmacıların Türkiye ile entegrasyonu konusunda, bir sosyal pazarlama karması oluşturulmaya çalışılmıştır. Sosyal pazarlama karması içinde entegrasyonun sağlanması için uygulanacak her türlü program, faaliyet, proje, eğitim vb. sosyal ürünü oluşturmaktadır. Fiyat ise, entegrasyon hedefi doğrultusunda uygulanacak program, proje, çalışma, zaman, çaba gibi maliyetleri içerir. Bir diğer pazarlama karması elemanı olan dağıtımda ise amaç Suriyeli sığınmacıların entegrasyonunun sağlanması için yürütülen programların hedef kitleye çeşitli merkezler, internet vb. yoluyla en sorunsuz şekilde ulaştırılmasıdır. Son olarak, tutundurma fonksiyonu, entegrasyon çalışmalarında farkındalık oluşturmaya çalışarak, her türlü reklam, halkla ilişkiler, satış geliştirme ve kişisel satış çalışmalarını kapsamaktadır.

Ülkemizdeki Suriyeli sığınmacıların entegrasyonu, asırlardır birlikte yaşamış iki toplum için çok zor ve imkânsız değildir. Bu konuda atılacak olumlu adımların kardeşlik bağlarını güçlendirecektir. Bu entegrasyonun özellikle eğitim ve sağlık hizmetlerinde gerçekleşmesi aynı zamanda bir insanlık borcudur. Sosyal pazarlama, kâr amacı gütmeyen bütün oluşumların başvurduğu bir pazarlama alanıdır. Sosyal pazarlama uygulamalarının Suriyeli sığınmacıların entegrasyonunda etkin olacağından şüphe yoktur.

KAYNAKÇA

Akgür, Z. G. (1997). Türkiye'de Kırsal Kesimden Kente Göç ve Bölgeler Arası Dengesizlikler, Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, Yayın No 201, Başbakanlık Basımevi.

Aksoy, Z. (2012)."Uluslar Arası Göç Ve Kültürlerarası İletişim", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt 5, Ege Üniversitesi.

Andreasen, A.R. (1995). Marketing Social Change, San Francisco: Jossey-Bass.

Apak, H. (2014). "Suriyeli Göçmenlerin Kente Uyumları: Mardin Örneği". Mukaddime, 5(2), 53-70.

Başak, C. (2011). Mülteciler, Sığınmacılar ve Yasa Dışı Göçmenler, Ankara: TC İçişleri Bakanlığı Yayını, Yayın No:686.

BMMYK. (1951). Convention and Protocol Relating to the Status of Refugees. http://www.unhcr.org/3b66c2aa10 (Erişim tarihi: 07.06.2018).

Çabuk, S. ve Yağcı,M.İ. (2003). Pazarlamaya Çağdaş Yaklaşım, Adana: Nobel Kitapevi.

Çabuk, S. ve Nakıpoğlu B. (2003). "Çevreci Pazarlama ve Tüketicilerin Çevreci Tutumlarının Satın Alma Davranışlarına Etkileri ile İlgili Bir Uygulama", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12(12), ss.39-54.

Çiçekli, B. (2009). Göç Terimleri Sözlüğü, Cenevre: IOM Uluslararası Göç Örgütü.

Doğan, K. (2008). Göçmen Kaçakçılığı Suçu, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Esser, H. (2000), "Integration andEthnicStratification", (Ed.HartmutEsser et al), Towards Emerging Ethnic Classes in Europe? Volume 1 Workshop Proceedings, Project Conclusions, Integration and Ethnic Stratification, Ethnic Economy and Social Exclusion, Weinheim: Freudenberg Stiftung GmbH. (p.49-84)

Gençtürk, E. Ve Karakaş, F. (2002). "Kâr Amaçsız Kuruluşarda Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Müşteri Odaklılık: BirKütüphane Uygulaması", Pazarlama Dünyası, 16(02), ss.50-58.

Gürel, S. (2001). "Türkiye' de Göç ve Bütünleşme Sorunsalı", Firdevs Gümüşoğlu (Yay.Haz.), (Tarihsiz), 21. Yüzyıl Karşısında Kent ve İnsan, İstanbul: Bağlam Yayınları.

Hartfiel, G.,Hillman, K. H. (1972). Worterbuch der Soziologie, Stuttgart: Kroner Verlag

Hayward, L., Lambraki, I.ve Garcia, J. (2012). Social Marketing to Influence Young Adults' Tobacco Behaviour, Toronto, Ontario: Program Training and Consultation Centre and the Propel Centre for Population Health Impact, University of Waterloo.

Kartari, A. (2006). Farklılıklarla Yaşamak Kültürlerarası İletişim, Ankara: Ürün Yayınları

Kelly, E. J. Ve Lazer,W. (1973). Managerial Marketing, Irwin, Homewood, IL.

Koç M., Görücü İ. Ve Akbıyık N. (2015). "Suriyeli Sığınmacılar ve İstihdam Problemleri", Birey Ve Toplum Dergisi, 5(9):63-93,

Kotler, P.,Roberto, E.L.ve Lee, N. (2002). Social Marketing: Improving theQuality of Life, Thousand Oaks, CA: SagePub., Second Edition.

Lazer, W. , Kelley, E.J. (1973). Social Marketing: Perspectives and Viewpoints. Homewood,III: R.D. IrwinMc

McCarthy, E.J. (1960). Basic Marketing: A Managerial Approach: homewood, IL: Richard D. Irwin, inc.

Mucuk,İ. (2006). Pazarlama İlkeleri, İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Özbent, S. (2008). "Entegrasyon Sürecinde Dilin Önemi: Türkiye'deki Entegrasyon Kursları", Avrupa Araştırmaları Dergisi, s:16, (s.25-35)

Resmi Gazete. (2013). Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu (YUKK), Sayı: 28615

Smith, W.A. (1997). "Social Marketing: Beyond the Nostalgia," in Goldberg, Marvin E.; Martin E.Fıshbeın Ve Suzan E. Mıddlestadt (Ed.), Social Marketing: Theoretical and Practical Perspectives: Mahwah, N. J.: Lawrence ErlbaumAssociates, Publishers.

Slater, M.D. (1996). "Theory and Method in Health Audience Segmentation", Journal of Health Communication, 1, ss.267-283.

Slater, M.D. ve Flora, J.A. (1991). "Healthy Life styles: Audience Segmentation Analysis for Public Health Interventions", Health Education Quarterly, 18(2), ss.221-233.

Şahin, B. (2010): "Almanya'daki Türk Göçmenlerin Sosyal Entegrasyonunun Kuşaklar Arası Karşılaştırması: Kültürleşme", Bilig Dergisi, Sayı: 55, (s.103-134)

Tek, Ö.B. (1999). Pazarlama İlkeleri Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları, Beta Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.

Weinreich, N. (1999). Hand-On Social Marketing: A Step by Step Guide, SAGE Publications, USA.

Yalçın, C. (2004). Göç Sosyolojisi, İstanbul: Anı Yayıncılık.

Yavuz, S. (2013). "Göç, Entegrasyon ve Din: Avrupa'da Yaşayan Türkler Bağlamında Bir Değerlendirme", Uluslar arası Sosyal Araştırmalar Dergisi, C:6, S:26, (s.610- 620)

Does ICT Play Role on Corruption Level in African Countries: Panel Study

Associate Professor Mustafa Unver[1] **Professor Julide Yalcinkaya Koyuncu[2]**

[1]Kirikkale University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Public Finance, mustafaunver@kku.edu.tr

[2]Bilecik Şeyh Edebali University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics, julide.yalcinkaya@bilecik.edu.tr

Abstract: This paper aims to empirically investigate the impact of Information and Communication Technologies (ICTs) on corruption level by conducting an unbalanced panel data analysis for 51 African countries for the period 2002-2012. For this purpose, it employed two corruption indexes as a dependent variable and four ICT indicators as an independent variable from the existing ICT and corruption literature. We also used four more control variables, including trade openness level, poverty level, inflation rate and FDI inflows, to check the robust of our results. In this regard, the estimation results of the multivariate fixed and random effect models show that ICT indicators have negative and statistically significant impact on level of corruption for African countries. There is also positive and statistically significant link between corruption and poverty level and also inflation rate while trade openness level has statistically insignificant impact on corruption. Finally, FDI inflows is positively and negatively associated with level of corruption.

Key Words: Corruption, ICT, Panel Analysis, African Countries.

1. INTRODUCTION

Many studies have been in the past few decades aimed at estimating the negative and positive effects of corruption on different variables in the empirical and theoretical literature. These studies considered that corruption is a factor hampering or supporting economic growth and FDI inflows etc.. For example, papers of Assiotis and Sylwester (2014), Ionescu (2014) and De Mendonça and Baca (2018) show the negative effects of corruption on economic growth. The effect of corruption on FDI inflows in a country is demonstrated by several author, such as Epaphra and Massawe (2017), Mendes Pessegueiro, Ferreira, Rosa Reis and Frias Pinto (2018) and Türedi (2018). Therefore, governments should remain their struggle against corruption as a focus on their underlying economic policies. In this regard, many studies previously focused the determinants of corruption level in an economy (Billger and Goel, 2009; Zhang, Cao and Vaughn, 2009; Topal and Ünver, 2016, Hunady, 2017).

Asia economy has experienced high and sustained economic growth through increasing global integration and productive investments. This Asian success is caused by many factors, such as strong growth in human capital, private domestic investment and ICT sectors. These factors contributed FDI inflows and productivity growth as the main engines of economic growth. In this regard, more specifically, ICT policies and practices are very important for decision makers, economists and firms (Heshmati and Sun, 2010: 1). Advances in ICT for developing countries, especially in African countries, have contributed to include countries' isolated unproductive populations into social and economic areas, and to enhance economic and social development. As a result, we can say that network revolution of ICT has economically and socially many potential benefits (James, 2004: 2). Literature has many papers which find positive effect of ICT on various economic and social variables. For example, Niebel (2018) confirms the positive relationship between ICT capital and economic growth while the paper of Gholami, Tom Lee and Heshmati (2016) provide a support to the claim that ICT accelerates FDI inflows into host country. In addition to economic growth and FDI inflows, technological developments in ICT leaded to increasing in total factor productivity (TFP) of US economy in the 1990s (Stiroh, 2002: 33). Yazdan and Hossein's (2013) work also discuss whether ICT affects productivity growth in Middle East countries. Their results find a positive relationship between the variables.

In addition to ICT variables, in this paper, we include various economic determinants of corruption, such as trade openness, poverty, inflation rate and FDI inflows, to reach their impacts on corruption coming from the light of literature.

The relationship predicted in the rent seeking literature is negative between the degree of trade openness and corruption within an economy. Corruption activity could not be considered without rents in an economy. Thus, we can expect that competitive environment decreases rents, and thus corruption level. As a result, more open economies are less corrupt because they have more competitive environment ceteris paribus (Torrez, 2002:

399). For example, Koyuncu and Unver (2017), examining the relationship between trade openness and corruption level, provide a statistically significant and negative effect in 177 countries.

Another variable corruption level is affected may be increasing poverty level in an economy. This relationship between the variables implies that corrupt officials generally prefer bribes from the rich people while they can be motivated to focus the poor ones (Justesen and Bjornskov, 2014 :106). In addition to this perspective, legal systems in the poorer countries can ignore corrupt activities, and thus the rich countries may have less corruption level due to their strict rules of law. Thus, our expectation is that increased poverty level in a country make easy public officials to raise corrupt activities and therefore positive effect of poverty on corruption. In this regard, Unver and Koyuncu (2016), one of the few studies to explore this relationship, finds that there are statistically significant and positive effect of poverty on corruption level in 154 countries.

High and variable inflationist environment implies that it causes a rising uncertainty about prices, and thus corruption level can lead to higher corruption by increasing the cost of auditing the agent's behavior (Braun and Di Tella, 2004: 79). The paper of Koyuncu and Unver (2017) investigates whether inflation affects corruption level. According to their empirical results, inflation has statistically significant and anticipated positive effect on corruption in 51 African countries.

In our models, final variable affecting corruption is FDI inflows as a determinant of corruption. In this regard, Robertson and Watson (2004) examine the impact of FDI inflows on corruption level. Their results found that an increase in FDI change leads to the higher the level of corruption. This result is examined that expansion in the FDI may provide more opportunities for corrupt activities in the short term. It implies that foreign firms are eager to take advantages provided by the target country (see also Larrain and Tavares, 2004; Bojanic, 2014).

The motivation of this paper is to analyze the impact of ICT on corruption level. In this regard, we use unbalanced panel data of a sample covering 51 countries for period of 2002-2012. In our knowledge, despite a relatively long history of examination on ICT there haven't been the empirical papers analyzed relationship between ICT and corruption in African countries.

The rest of the paper is organized as follows. In Section 2 the paper addresses the empirical methodology and presents the data to be used. In Section 3 we present the empirical results. Finally, Section 4 draws some conclusions.

2. DATA AND MODEL SPECIFICATION

2.1. The Data

The aim of this paper is to empirically to figure out the role of the ICT in the African countries on the corruption level by utilizing an unbalanced panel data of a sample covering 51 countries[1] for period of 2002-2012. Also, the investigation will include some control variables to confirm the robustness of the findings in our model in the light of previous empirical papers in the literature.

The dependent variable in our models is corruption level in an economy. The paper uses two distinct indices of corruption data to see the validity of our results. You can see the list of dependent variables with their definitions, and data sources in Table 1 below. In this regard, our first corruption variable is $CORRUPT_1$ that is identified by control of corruption and constructed by WGI (World Governance Indicators). The second dependent variable in the panel is $CORRUPT_2$ that depicts corruption perception index collected from Transparency International.

Table 1: List of Dependent Variables

Variables	Definition	Data Source
$CORRUPT_1$	$CORRUPT_1$=-1*(Control of corruption)	The Worldwide Governance Indicators
$CORRUPT_2$	$CORRUPT_2$= -1*(Corruption perception index)	Transparency International

[1] Our sample included the following African countries: Algeria, Angola, Benin, Bostwana, Burkina Faso, Burundi, Cabo Verde, Cameroon, Central African Republic, Chad, Comoros, Congo Democratic Republic, Congo Republic, Cote d'Ivoire, Dijibouti, Egypt, Eritrea, Ethiopia, Gabon, Gambia, Ghana, Guinea, Guinea-Bissau, Kenya, Lesotho, Liberia, Libya, Madagaskar, Malawi, Mali, Mauritania, Mauritius, Morocco, Mozambique, Namibia, Niger, Nigeria, Rwanda, Senegal, Seychelles, Sierra Leone, Somalia, South Africa, South Sudan, Sudan, Tanzania, Togo, Tunusia, Uganda, Zambia and Zimbabwe.

Four different ICT variables are used to evaluate the sensitive of our empirical outcomes. These ICT variables are percentage of individuals using the internet (INT), Mobile-cellular telephone subscriptions per 100 inhabitants (CELL), personal computers per 100 inhabitants (COM) and fixed broadband subscriptions per 100 people (BROAD). The list of ICT variables is given with their definition, and data sources in Table 2 below. The expected sign between ICT variables and corruption is always negative, because theoretically expected result: the higher values of ICT level imply more transparency environment in the public institutions that leads to less corruption level in an economy due to diminishing abuse of administrative power. Thus, we expect a negative sign between the variables.

Table 2: List of ICT Variables

Variables	Definition	Data Source
INT	Percentage of individuals using the Internet	World Telecommunication/ICT Indicators Database of UN Database
CELL	Mobile-cellular telephone subscriptions per 100 inhabitants.	International Telecommunication Union Database
COM	Personal Computers per 100 people.	Nakono Database
BROAD	Fixed broadband subscriptions (per 100 people)	International Telecommunication Union, World Telecommunication/ICT Development Report and database.

The explanatory variables employed for the control variables of corruption level are OPEN, POV, INF and FDI. Definition and data sources of these variables can be seen in Table 3 below.

Table 3: List of Explanatory Variables

Variables	Definition	Data Source
OPEN	Trade (% of GDP)	WDI
POV	POVERTY= -1*(Human Development Index)	United Nations Development Programme Database
INF	Inflation, GDP deflator (annual %)	WDI
FDI	Foreign Direct Investment, Percentage of Gross Fixed Capital Formation	UNCTAD

As seen in the Table 3 above, OPENESS is trade openness measured by the sum of exports and imports of goods and services as a share of gross domestic product. This variable is obtained from WDI (World Development Indicators). Its expected sign is negative, since an increase in the trade openness implies a decline import competition that reduces the rents going to domestic firms from corrupt activities (Ades and Di Tella, 1999; Badinger and Nindl, 2014). Also, more open economies without trade obstacles have less bureaucratic restrictions, and thus opportunities for bribery activities in public sector will be reduced (Koyuncu and Bhattacharyya, 2007: 17). Thus, we anticipate that trade openness will be negatively associated with corruption activities.

POV variable is measured in which Human Development Index (HDI) values collected from United Nations Development Programme is multiplied with minus one. Poverty level in an economy is an important factor to fight against corruption activities because countries aiming to lower corruption level should prevent government officials to get personal gain by decreasing poverty level. It is known that individuals in poor economies prefer more corrupt activities to get private profit from official authorities (Justesen and Bjornskov, 2014; Unver and Yalçınkaya Koyuncu, 2016). We therefore expect a positive relationship between poverty level and corruption activities.

We use annual percentage change in GDP deflator gathered from WDI for INF variable. It is associated with tax evasion in terms of corruption. In the other words, generally, governments may tend to adopt inflation tax to generate seigniorage income as a source of government revenue. Thus, creating inflation is optimal for government. On the other hand, this method may lead to tax evasion by other economic actors because tax evasion motivation in inflationist countries could increase corrupt activities (Al-Marhubi, 2000: 199). As a result, we expect there being a positive coefficient for the INF variable.

FDI data collected from UNCTAD shows foreign direct investment inflows as a percentage of gross fixed capital formation in an economy. According to papers analyzing the impact of FDI on corruption, they explain that there can be different effects to corruption from FDI. In this regard, we can expect two explanations about the relationship between the variables. Firstly, governments that aim to attract more FDI to host country will offer them more rents to be generate by reducing market competition. According to this perspective, if a country has a restricted competition environment, an increasing in FDI inflows will cause the higher corruption level in the host country and thus anticipated positive relationship between the variables (Pinto and Zhu, 2013: 5). Secondly, governments could adopt political reforms to attract more FDI inflows since international competition to attract foreign capital will force governments to promote governance standards in terms of corruption (Malesky, 2008: 99). According to this perspective, we therefore could expect a negative sign to be lower corruption level in higher FDI inflows.

2.2. The Model Specification

To investigate the association between ICT and corruption level in African countries, we hypothesize that the countries with higher ICT level experience lower level of corruption.

CORRUPTION = f (ICT, OPENESS, POVERTY, INFLATION, FDI)

CORRUPTION; $CORRUPT_1$ = -1*(Control of Corruption)
$CORRUPT_2$ = -1*(Corruption Perception Index)

ICT variables	;	INT	= Percentage of Individuals Using the Internet
		CELL	= Mobile-cellular Telephone Subscriptions per 100 Inhabitants
		COM	= Personal Computers per 100 Inhabitants
		BROAD	= Fixed Broadband Subscriptions per 100 People
Explanatory variables;		OPEN	= Trade Openness
		POV	= Human Development Index multiplied with -1
		INF	= Annual Percentage Change in GDP deflator
		FDI	= Foreign Direct Investment Inflows as a Percentage of Gross Fixed Capital Formation

For that purpose, the following multivariate fixed time effect model (FEM) is estimated;

$$CORRUPT_{it} = (\alpha + \tau_t) + \beta_1 ICT_{it} + \beta_2 OPEN_{it} + \beta_3 POV_{it} + \beta_4 INF_{it} + \beta_5 FDI_{it} + u_{it}$$

and the following multivariate random time effect models (REM) is employed;

$$CORRUPT_{it} = \alpha + \beta_1 ICT_{it} + \beta_2 OPEN_{it} + \beta_3 POV_{it} + \beta_4 INF_{it} + \beta_5 FDI_{it} + (\tau_t + u_{it})$$

where:

it = observation value in the i-th country at time t for spesific variable
α = the intercept term
τ_t = time specific impacts that influence all of countries in a similar way. τ_t implies variant across time but not across countries.
u_{it} = disturbance term of the model

3. EMPIRICAL RESULTS

Our estimation results are represented in Table 4 and 5 below for two different dependent variables, including $CORRUPT_1$ and $CORRUPT_2$. There have been four separate models within each table for two corruption indicators. All analysis in tables also include Hausman Test for deciding between fixed and random effects approaches at the 1 percent level of significance.

First, when looking at Table 4, it summarizes the results of two separate groups of independent variables by classifying as ICT and control variables. However, ICT variables, including INT, CELL, COM and BROAD, are

individually included in all models. On the other hand, OPEN, POV, INF and FDI indicators identified as control variables are used to see how robust our analysis results are in Table 4. According to our analysis results for ICT variables, as we expect, estimates of COM and BROAD variables are negative and statistically significant at the 1 percent and 10 percent level, respectively. However, the coefficients of both INT and CELL variables are statistically insignificant. In addition to the results of ICT variables, estimations of control variables give more different results than ICT ones. For example, we estimate that the coefficient on OPEN variable is statistically insignificant in all models while POV variable is significantly associated with higher corruption level. Also, it appears that changes in INF variable lead to significantly positive effect on corruption level in Model 1, 2 and 4, excluding Model 3, in African economies. Finally, the link between FDI and $CORRUPT_1$ variables is significant in Model 3, but there appears to be insignificant relationship in Model 1, 2 and 4.

Table 4: Multivariate Estimation Results for CORRUPT1 as Dependent Variable

	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
C	**1.54948**	**1.58425**	**1.55972**	**1.57619**
Std. Error	0.10438	0.10249	0.23047	0.14222
Prob.	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000
INT	**-0.00302**			
Std. Error	0.00288			
Prob.	0.29400			
CELL		**0.00020**		
Std. Error		0.00077		
Prob.		0.79450		
COM			**-0.05172**	
Std. Error			0.00900	
Prob.			0.00000	
BROAD				**-0.04203**
Std. Error				0.02164
Prob.				0.05310
OPEN	**0.00023**	**0.00011**	**-0.00084**	**0.00018**
Std. Error	0.00060	0.00060	0.00275	0.00101
Prob.	0.70530	0.84980	0.76100	0.85840
POV	**1.99157**	**2.08966**	**1.51814**	**2.19937**
Std. Error	0.23138	0.23119	0.46332	0.29170
Prob.	0.00000	0.00000	0.00160	0.00000
INF	**0.00393**	**0.00387**	**0.00420**	**0.00576**
Std. Error	0.00165	0.00168	0.00314	0.00257
Prob.	0.01780	0.02150	0.18610	0.02590
FDI	**-0.00074**	**-0.00083**	**0.00772**	**-0.00068**
Std. Error	0.00096	0.00098	0.00397	0.00116
Prob.	0.43950	0.39640	0.05560	0.55510
Num. of Obs.	*514*	*520*	*88*	*315*
Num. of Countries	*51*	*51*	*8*	*49*
R-square	*0.22913*	*0.21517*	*0.59227*	*0.29125*
F-statistic	*30.19912*	*28.18297*	*6.97246*	*25.39546*
Prob (F-statistic)	*0.00000*	*0.00000*	*0.00000*	*0.00000*
Hausman Statistics	*3.75347*	*3.78883*	19.93945	*8.20079*
Prob (Hausman-Stat.)	*0.58540*	*0.58020*	*0.00130*	*0.14550*
Selected Model	*REM*	*REM*	*FEM*	*REM*

Second, the results of ICT variables from Table 5 below depict that higher INT, COM and BROAD variables are significantly associated lower $CORRUPT_2$ variable at the 10 percent, 1 percent and 1 percent, respectively. In other words, there are negatively significant effect of ICT on level of corruption in Model 5, 7 and 8. On the other hand, the results of Model 6 show a statistically insignificant relationship between CELL and $CORRUPT_2$. Also, Table 5 shows how control variables correlate with level of corruption in the African countries. For example, we estimate that the coefficient on OPEN variable is statistically insignificant in all models while POV variable is significantly associated with higher corruption levels. Also, it appears that changes in INF variable lead to significantly positive effect on corruption level in Model 1, 2 and 4, excluding Model 3. Finally, the link between FDI and $CORRUPT_2$ variables is significant in Model 1, 2 and 4, but there appears to be insignificant relationship in Model 3.

Table 5: Multivariate Estimation Results for CORRUPT2 as Dependent Variable

	Model 5	Model 6	Model 7	Model 8
C	**-0.81822**	**-0.79515**	**-0.59742**	**-0.78075**
Std. Error	0.18876	0.18479	0.42677	0.22822
Prob.	0.00000	0.00000	0.1654	0.00070
INT	**-0.00809**			
Std. Error	0.00488			
Prob.	0.09790			
CELL		**-0.00220**		
Std. Error		0.00138		
Prob.		0.11280		
COM			**-0.08665**	
Std. Error			0.01512	
Prob.			0.00000	
BROAD				**-0.09824**
Std. Error				0.03394
Prob.				0.00410
OPEN	**-0.00019**	**-0.00016**	**-0.00522**	**0.00000**
Std. Error	0.00116	0.00114	0.00482	0.00163
Prob.	0.87390	0.88760	0.28250	0.98640
POV	**4.20228**	**4.16054**	**3.17975**	**4.50472**
Std. Error	0.40739	0.41183	0.83867	0.46463
Prob.	0.00000	0.00000	0.00030	0.00000
INF	**0.00721**	**0.00691**	**0.00704**	**0.00856**
Std. Error	0.00276	0.00280	0.00547	0.00402
Prob.	0.00930	0.01420	0.20230	0.03430
FDI	**-0.00312**	**-0.00316**	**-0.00257**	**-0.00320**
Std. Error	0.00164	0.00166	0.00691	0.00182
Prob.	0.05790	0.05790	0.71030	0.07990
Num. of Obs.	*439*	*443*	*87*	*298*
Num. of Countries	*51*	*51*	*8*	*49*
R-square	*0.34759*	*0.34054*	*0.58734*	*0.43971*
F-statistic	*46.13777*	*45.13258*	*23.05759*	*45.83177*
Prob(F-statistic)	*0.00000*	*0.00000*	*0.00000*	*0.00000*
Hausman Statistics	5.274349	4.26458	11.360694	*1.60478*
Prob (Hausman-Stat.)	*0.38330*	*0.51200*	0.0447	*0.90070*
Selected Model	*REM*	*REM*	*REM*	*REM*

4. CONCLUSION

This paper examines the impact of ICT on corruption level of a country in that particular country by using four ICT indicators (i.e., INT, CELL, COM and BROAD). The period under paper is between 2002 and 2012. We constructed multivariate models and Hausman test was used in each model (i.e., FEM or REM).

The main finding of the paper is that higher ICT penetration (in the form of fast spreading knowledge via percentage of individuals using the internet, personal computers per 100 inhabitants and fixed broadband subscriptions per 100 People) leads to lower level of corruption. This result is valid when we included FDI inflows as another determinant to corruption into only one model. On the other hand, other results in our models indicate that an increase in poverty level, inflation rate and FDI inflows cause an increase in corruption level in other models. Therefore, as explained by literature, it is noted that FDI inflows does not has only positive but also negative effect on corruption level. Also, our results are robust in the sense that our primary finding do not alter no matter which proxy is used for ICT in our models, excluding mobile-cellular telephone subscriptions per 100 inhabitants .

REFERENCES:

Ades, A. and Di Tella, R. (1999), 'Rents, Competition and Corruption', The American Economic Review 89(4), 982–993.

Al-Marhubi, F. A. (2000). Corruption and inflation. Econ+omics Letters, 66(2), 199-202.

Assiotis, A., & Sylwester, K. (2014). Do the effects of corruption upon growth differ between democracies and autocracies?. Review of Development Economics, 18(3), 581-594.

Badinger, H., & Nindl, E. (2014). Globalisation and corruption, revisited. The World Economy, 37(10), 1424-1440.

Billger, S. M., & Goel, R. K. (2009). Do existing corruption levels matter in controlling corruption?: Cross-country quantile regression estimates. Journal of Development Economics, 90(2), 299-305.

Bojanic, A. N. (2014). The effect of coca and FDI on the level of corruption in Bolivia. Latin American Economic Review, 23(1), 11.

Braun, M., & Di Tella, R. (2004). Inflation, inflation variability, and corruption. Economics & Politics, 16(1), 77-100.

De Mendonça, H. F., & Baca, A. C. (2018). Relevance of corruption on the effect of public health expenditure and taxation on economic growth. Applied Economics Letters, 25(12), 876-881.

Epaphra, M., & Massawe, J. (2017). The effect of corruption on foreign direct investment: A panel data study. Turkish Economic Review, 4(1), 19-54.

Gholami, R., Tom Lee, S. Y., & Heshmati, A. (2006). The causal relationship between information and communication technology and foreign direct investment. World Economy, 29(1), 43-62.

Heshmati, A., & Peng, S. (2010). Information and Communication Technologies Policies and Practices. New York: Nova Science Publishers, Inc.

Hunady, J. (2017). Individual and institutional determinants of corruption in the EU countries: the problem of its tolerance. Economia Politica, 34(1), 139-157.

Ionescu, L. (2014). The adverse effects of corruption on growth and development. Economics, Management and Financial Markets, 9(4), 125.

James, T., International Development Research Centre, ((Canada), & Codesria. (2004). Information and Communication Technologies for Development in Africa. Ottawa: International Development Research Centre.

Justesen, M.K., & Bjørnskov, C. (2014). Exploiting the poor: Bureaucratic corruption and poverty in Africa. World Development, 58, 106-115.

Koyuncu, C., & Bhattacharyya, G. (2007). Predicting Corrupt Practices in the Public Sector for 23 OECD Countries. Applied Econometrics and International Development, 7(1).

Koyuncu, C., & Ünver, M. (2017). Information and communication technologies (ICTs) and corruption level: empirical evidence from panel data analysis. The Journal of International Scientific Researches, 2(6), 1-10.

Larraín, B., & Tavares, J. (2004). Does foreign direct investment decrease corruption? Cuadernos de economía, 41(123), 199-215.

Malesky, E. J. (2008). Straight ahead on red: how foreign direct investment empowers subnational leaders. The Journal of Politics, 70(1), 97-119.

Mendes Pessegueiro, D., Ferreira, M. A. S. P. V., Rosa Reis, N., & Frias Pinto, C. S. (2018). The influence of arbitrary and pervasive corruption on FDI inflows and the moderating effect of corruption distance: evidence from Latin America. Internext: Revista Electrônica de Negócios Internacionais da ESPM, 13(1).

Niebel, T. (2018). ICT and economic growth–Comparing developing, emerging and developed countries. World Development, 104, 197-211.

Pinto, P. M., & Zhu, B. (2013). Fortune or Evil? The Effect of Inward Foreign Direct Investment on Corruption.

Robertson, C. J., & Watson, A. (2004). Corruption and change: The impact of foreign direct investment. Strategic management journal, 25(4), 385-396.

Stiroh, K. J. (2002). Are ICT spillovers driving the new economy?. Review of Income and Wealth, 48(1), 33-57.

Topal, M. H., & Ünver, M. (2016). Yolsuzluğun Belirleyicileri: Kırılgan Ekonomiler İçin Panel Eş-bütünleşme Analizi. Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, 2(2), 58-68.

Torrez, J. (2002). The effect of openness on corruption. Journal of International Trade & Economic Development, 11(4), 387-403.

Türedi, S. (2018) The Effect Of Corruptıon And Country Rısk On Fdı Inflows: Empırıcal Evıdence From Developıng Countrıes. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, (21), 151-172.

Ünver, M., & Koyuncu, J. Y. (2016). The Impact of Poverty on Corruption. Journal of Economics Library, 3(4), 632-642.

Yazdan, G. F., & Hossein, S. S. M. (2013). FDI and ICT effects on productivity growth. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 93, 1710-1715.

Zhang, Y., Cao, L., & Vaughn, M. S. (2009). Social support and corruption: Structural determinants of corruption in the world. Australian & New Zealand Journal of Criminology, 42(2), 204-217.

Determinants of Urban Growth in Sub Saharan Africa Developing Countries in the 21st century

Nadege Clemence Sourou Yabo AGOSSOU[1] **Ali Kabasakal**[2]

[1]Sakarya University

[2]Corresponding Author, Sakarya University, SBF-Iktisat, 54187 SAKARYA, +90 264 295 6352, kabasakal@sakarya.edu.tr

Abstract: Debates over the relationship between development and urbanization have gained ground over the last decades and lead to controversial results especially in developing nations. In this perspective, this study investigates the role of some variables (economic, demographic, political) in the process of urbanization in the 21st century in selected Sub Saharan Africa (SSA) countries. Data from the World Development Indicators and some specialized institutions related to 29 SSA countries from 2008 to 2015 are employed to test the hypothesis that demographical and political factors are the main drivers of urban growth in less developed countries. We assumed that economic variables are insignificant in the explanation of urbanization in the area. Results from panel data analysis using Pooled Ordinary Least Squares regressions are used to test the hypothesized relationships. We found that fertility, Human Development Index, and government policies have accelerated the pace of urbanization, which later seems to have been completely brought to rest due to increased unemployment trends. There is evidence that many Africans have left the cities in Africa discouraged by higher levels of unemployment.

Key words: Determinants of Urban Growth, Sub Saharan Africa, Panel data, Pooled Ordinary Least Squares, 21st century.

Introduction

The developing world is currently experiencing an unprecedented increase in urbanization especially in Africa (UN Habitat, 2001). Between 1995 and 2015, the highest rate of urban rate has been recorded in the least developed areas with Africa being the most rapidly urbanizing continent (UNDESA, 2014). However, the phenomenon is accompanied with socio economic and environment problems and many challenges in the spatial distribution of people, land and natural resources in most developing countries (Bloom et al., 2008; Alexandratos & Bruinsma, 2012; Jennings et al., 2014; Engineers Ireland, 2016).

Surprisingly, while the percentage of urban population in the developing countries is getting closer to that of the more developed countries, urbanization seems to not being generating sustainable development in the case of SSA countries (Fox, 2012). It is considered that Africa is experiencing over-urbanization that refers to urbanization without industrialization, or population growth without employment creation (Fox, 2012). That is, SSA is becoming more urbanized without a structural transformation or a substantial increase in income. In 1950 for instance, most of the world's largest cities were located in rich countries, but mostly all of them were located in low or middle-income countries in Asia and Africa by 2015. In other words, urbanization in Africa is not accompanied with important economic and social transformations as in developed countries (Fox, 2012; UNDESA, 2014; Fox, 2017).

In an attempt to make some clarifications about the effect of growth on urbanization, Fay & Opal (2000) found that urbanization levels are positively correlated with the levels of income in SSA. However, the authors contend that the changes in income fail to explain the changes in urbanization. According to Henderson et al. (2013), this absence of correlation may be attributable to substantial error in the measurement of GDP in developing countries. According to Namasaka & Kamaru (2017), there are good reasons to think of a correlation between urbanization and growth or development but this not to be confound with a causality link. Still this correlation seems weak in SSA. Urban population has increased nearly below 16 % in Africa and Asia between 1960 and 2000 however the income per capita has risen only by 50% in Africa but by 340% in Asia (Bloom et al., 2008). Besides, urbanization in SSA has continued even during the periods of negative growth, largely carried by the previous level of urbanization (Fox, 2012).

Therefore, dealing with urbanization in the traditional way with simple extrapolations of strategies from developed to developing countries may appear non-effective. African countries have their own characteristics and features that need to be taken into account. Moreover, the literature also lacks comprehensive explanation of the driver of urbanization (Malik et al., 2017) and there is still a limited understanding of the

concept of city in Africa where national urban policies are still rare (Turok, 2015). This is even more challenging in a context where the countries in the area are already facing many problems (low income, poverty, weak institutions, high unemployment rates) that makes it the worst of times to develop urban policies (Turok, 2015).

To close these gaps in the literature, this paper aims at examining the major drivers of urban growth and urbanization in the 21th century. The paper is organized as follows: the following section presents the literature review. Section 2 explains the methodology and the data employed in this study. Section 3 presents the analysis and discusses the results. Section 4 concludes.

Literature review

Toward an historical explanation of urbanization in SSA

Historical evidence indicates the presence of urbanization in SSA for over the past 2000 years (Fox, 2012). However, early urban settlements in the region remain mostly ephemeral, relatively few, small and dispersed compared to other regions of the world (Fox, 2012). The absence of surplus in agricultural production necessary to sustain human life in cities coupled with the emergence of epidemic diseases that decimate the region's population in the urban areas were the main constraints to early urban growth in SSA (Fox, 2012). The region's urban transition truly begins around the middle of the 20th century and urban populations in SSA has continue increasing thereafter.

Before the 19th century, many countries in SSA have consistently experienced some of the highest mortality rates in the world due to the emergence of infectious and parasitic diseases in cities (Fox, 2012). Consequently, negative rates of natural increase that turn cities into deadly places to live (Lowry, 1990; Iliffe, 2007; Dyson, 2011; Fox, 2012). On the other hand, Africa's natural endowments such as climate and topography represented a considerable impediment to surplus increase in agriculture (Diamond, 1997; Bloom & Sachs, 1999). The lack of adequate transport infrastructure and barriers to trade made every effort to fill the food deficit through trade vain (Bloom & Sachs, 1999). This perpetuated famine-related mortality in urban areas and caused people to prefer staying in rural areas with easy access to food, rather than facing the hardships of living in cities.

The food shortage and the decline of mortality rates in the pre-colonial period was soon reversed owing to the colonial government's heavy investments in agriculture, infrastructure and health until after the World War I (Fox, 2012). These efforts have translated into the increase in primary commodities production, the introduction of new agricultural technologies and cultigens and the promotion of viable transport infrastructures. However, despite these substantial improvements, colonial powers' controls on mobility in African cities (Iliffe, 2007), poor urban housing conditions, and limited jobs opportunities in cities have restricted urbanization (Fox, 2012).

Thus, the independence era witnessed an exceptionally high rate of urbanization and urban growth between 1960 and 1975 (Fox, 2012; Fox, 2017). As the political, demographic, and economic factors of the late colonial period proved extremely favorable, urban growth continued to increase. However, the post-colonial apparent economic performance had rapidly vanished after a few years, causing the urban wages and urban employment opportunities to decline (Potts, 1995; Becker & Morrison, 1995). Yet the growth rates of urban population primarily stimulated by the decline in mortality and a steady food surplus continued to increase. Imports and foreign aid (rather than productivity growth) remained generally high in Africa and have supported the urban growth trends (Fox, 2012). The most historical and notable exception include Zambia in 1970 which experienced malnutrition, rising mortality rates that generated in de-urbanization (Fox, 2012). This example showed that in most of the cases, urban population continued to grow as natural increase in population increased but an increase in mortality automatically curbed urbanization.

Therefore, whether before, during or even after the colonial era, any factor that promoted mortality decline and ensure the availability of food in SSA's cities, be it economical, technological or institutional is likely to always contribute to the expansion of urban population growth in SSA. But economic growth appears to not represent a necessary condition for urbanization in the region. That's why urbanization without growth is not really mysterious in Africa: urbanization did not start with economic growth and can increase independently of that; though, it can catch up with it as the factors driving sustain mortality decline and the availability of food in cities are strongly correlated with economic growth.

Empirical evidence on urbanization in SSA

Urbanization has traditionally been considered a result of industrialization and economic growth, thus a byproduct of development (Fox, 2012; Fox, 2017; Namasaka & Kamaru, 2017). This suggestion stems from the historical experience of Europe during the 19th century and the recent urbanization trends in China where urbanization and industrialization have occurred concomitantly (Fox, 2012; Fox, 2017; Namasaka & Kamaru, 2017). The shift from an agrarian economy to an industrial society is supposed to generate better living conditions and structural changes that encourage people to migrate to cities.

Neither green revolution nor industrial revolution has yet occurred in SSA that is urbanizing very fast almost to the same level as Asia (Gollin et al., 2013). SSA is also recording instances of urbanization without sustain growth (Fay & Opal, 2000; Barrios et al., 2010; Gollin et al., 2013). At the same time, their peers of South East Asia, which equally recorded rampant urbanization rates are displaying better economic performance (Ellis & Roberts, 2015). For example, food yields have remained quite low in SSA over the past decades (Evenson & Gollin, 2003; Gollin et al., 2013) and even lower compared to Asian counterparts.

There has been no industrial revolution in Africa as its manufacturing and service sectors have remained relatively small and unproductive. In 2017, Asian employment shares in industry was comparatively as high as double of that of Africa. This was similarly observed in the service sector. As a matter of fact, employment shares in industry and services were 11.01 and 34.13 % for Africa, as compared to 23.17% and 50.27% respectively for East Asia and Pacific (World Bank, 2017). Consequently, informal work in non-agricultural sector rose (nearly 78% in 2004) in Africa at the detriment of the formal sector that has progressively declined and failed to absorb urban labor (Becker, 2004).

Another reason for which urban transition is occurring with a retard in economic growth stems from the fact that SSA economies heavily rely on their export revenues in natural resources to support and sustain their economic growth (Potts, 2012; Jedwab et al., 2014). Jedwab (2011) evokes the examples of case of Ghana and Côte d'Ivoire whose cities grew by solely relying on spending from cocoa production. This usually generates low-productivity and informal or service-sector jobs. The informal employment is increasing in many part of Africa and few workers in the sector have managed to land into formal jobs (Annez & Buckley, 2008). Annez & Buckley (2008) also indicate that urban informal employment is more productive than agricultural labor in Africa. For example, the difference in gap between informal labor in Ghanaian cities and agricultural employment was 2:1 in 2009 (World Bank, 2009).

Commodity production rents in SSA, fundamentally based on agricultural and natural resource exports, have consistently increased the demand for non-tradable urban goods and services (Gollin et al., 2013). That's why it is argued that the consumption of non-traded good and service is heavily driving the growth of cities. Moreover, purchasing power and currency exchange rates appreciate as natural resources provide more revenues to many people (Jedwab, 2011; Gollin et al., 2013).

Many authors argue that natural increase of urban population is the missing factor in the explanations of the causes of urbanization (Preston, 1979; Bloom and al., 2008; Namasaka & Kamaru, 2017; Fox, 2017). Dyson (2011) argued that the progressive transformation of a rural society into an industrial one is mainly attributable to the combination of demographic factors such as mortality, fertility and migration. The situation looks more critical when we figure out that SSA, home for a very young population, is projected to double in overall population by 2050 (UNDESA, 2014). Essentially, rapid decline in mortality accompanied with increasing fertility rate gave rise to an unprecedented increase in population that propels urban growth rates in the region (Namasaka & Kamaru, 2017). In agreement with this view, Fox (2012) denotes that the institutional and various technological changes (intended to reduce epidemics and infectious diseases constrained mortality) have historically caused a massive population flight towards cities in Africa. This dynamic continues as many of the SSA countries remain dependent on foreign assistance and were still benefiting from the western countries expertise for decline in mortality rates and food supplies.

Some authors have related African urbanization to governments and political institutions as they can easily influence economic growth in Africa. In the region, civil conflicts (UNEP, 2002; Bloom et al., 2008), changing political regimes (Satterthwaite, 2007), as well as ethnic tensions (Fay & Opal, 2000) has induced major population flows toward the cities in search of safety. Political instability has led many rural inhabitants to flow to cities in Kinshasa, Democratic Republic of the Congo (Bloom et al., 2008). The literature presents the effects of the institutions that have existed in the pre-colonial period as potential threats to their modern counterparts in the long run. This perpetuates weak institutions in Africa and a dictatorship, thus, compromising democracy

in many countries (Acemoglu & Robinson, 2010). As such, leaders can influence and manipulate rural and spatial clustering as well as migrants' votes (Raleigh, 2014). Further, these political actions exacerbate the spatial inequalities and urban poverty across states (Raleigh, 2014).

Natural disasters (droughts and floods) in Ethiopia, Angola and Mauritania have pushed many people to cities (UN, 2007). However, the expectation of higher and better conditions usually vanishes as urban poverty grows. For example, in Moroni, the capital city of the volcanic Comoros, approximately 45 % of urban households are obliged to look for supplement revenues to survive in cities (by growing crops or raise livestock in urban environments) (UNDP, 1996). However, Potts (2009) emphasizes that urbanization has started declining in many SSA countries because of urban poverty, livelihood insecurity and the lack of economic opportunities for migrants. As a result, rural migrants that struggle and are unable to survive usually go back to the countryside. Therefore, the availability of economic opportunities in cities and towns is critical for the expansion of urban areas.

Methodology

We employ a panel dataset covering the period 2008 to 2015 using the World Development Indicators database of the World Bank to retrieve the economic and demographic variables. Human Development Index (HDI) and the total inflows of foreign population variables are respectively retrieved from the United Nations Development Program database and the Migration database of the Organization for Economic Co-operation and Development. Government Effectiveness and Political Stability and Absence of Violence/Terrorism, the political factors are derived from the World Governance Indicators database of the World Bank.

The panel dataset has the merit to control the effect of individual heterogeneity or the effects of the variables that are not observed in the model (Baltagi, 2008). It allows the identification of the effects of the omitted variables that are not observed in the model (Reyna, 2007; Anna et al., 2014). It displays less collinearity among the variables and produces more efficient and precise parameters as they contain more information and more variability (Anna et al., 2014).

We regress urban growth on a set of economic variables (Per-capita income, manufacturing productivity), demographic factors (fertility, life expectancy, international migration) and political factors (political stability, government effectiveness index).

In this study, urban growth refers to the increase (the relative or absolute) in the size of the population living in towns and cities over a period of time which is expressed in a number. It is the actual increase in number of people in cities. Specifically, the following equation is estimated

$$Urbangrowth_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{it} + \beta_2 G_{it} + v_i + u_{it}$$

Where:

- X_{it} is a set of explanatory variables
- G_{it} is a vector of year dummies
- The error term is decomposed into time-invariant component v_i and time variant component u_{it}.

The independent are described in the following table:

Table 1. Expected signs in the SSA countries

Variables Dependent variables Independent variables	Meanings	Expected Signs
Economic variables		
Unemployment	the share of the workforce that is currently without work but available for and seeking employment.	No effect
HDI	measures the average achievement in three basic dimensions of human development in a given country: a long and healthy	+

	life, knowledge and a decent standard of living in a given country.	
FDI	effect of the expansion of the manufacturing sector	+
Agriculture, value added (% of GDP)	measure of agricultural productivity	+
Demographic variables		
Fertility	the number of years that a newborn infant could expect to live if the patterns of infant mortality rates at the time of birth remain the same throughout the infant's life.	No effect
Political factors		
Political stability	We use political stability to account for the absence of conflicts and violence in a given country	-
Government effectiveness	We use this factor as a proxy for government actions and policies in a given country.	+

Source: By the authors

The Estimation Process

We can employ either Fixed Effects, the Random Effects model or Pooled Ordinary Least Squares estimations to analyze a panel dataset. In fixed effects models, the parameters α_i are deterministic constants whereas the parameters α_i are considered realizations of a random variable of expectation and finite variance in random effects models (Reyna, 2007). The Hausman specification H-test (1978) is generally used to discriminate between fixed effects and random effects models. It probes the null hypothesis that the coefficients estimated by the efficient random effects estimator are the same as the ones estimated by the consistent fixed effects estimator. If the null hypothesis is accepted, then random effects should be considered.

If the Hausman test results suggest the use of random effects model, the LM test helps to decide between the Pooled Ordinary Least Squares estimation and the random effects model. If the null hypothesis that there is no variation among units is rejected, thus Pooled Ordinary Least Squares estimation is appropriate. If the results of the Hausman test indicate the use a fixed effects model it is important to see if time fixed effects are needed when running a fixed effects model. In order to do this, we create a series of time dummy variables and then execute the test. If Prob > F = <.05 then the null hypothesis that all year coefficients are jointly equal to zero is rejected. If so, the time fixed-effects are needed.

Urban growth in SSA countries

Urban growth and Urban share in Sub Saharan Africa (SSA)

Table 4. Estimation of Urban growth in SSA

VARIABLES	OLS
Unemployment	-0.0654*** (0.0225)
HDI	0.954*** (0.173)
FDI	0.00534 (0.0183)
Agriculture, value added (% of GDP)	-0.0177 (0.0191)
Government effectiveness	0.402*** (0.0525)
Fertility	1.724*** (0.142)
Political stability and absence of terror	-0.0232 (0.0321)
Constant	-0.171 (0.266)
R-squared	0.560

Source: By the authors

Urban growth in Sub Saharan Africa (SSA)

The results show that HDI, unemployment rates, government effectiveness and fertility are the main drivers of urban growth in SSA. HDI, government effectiveness and fertility favor rapid urban growth while the increasing levels of unemployment slow the pace of urbanization in SSA. Curiously, FDI, agricultural productivity and political stability fail to explain the changes in urban growth in the region.

A unit increase of HDI causes urban growth to appreciate by 0.954%. More importantly, the coefficient value is statistically significant and robust at the 0.01 level (two-tailed), suggesting that this finding is not the result of a chance occurrence. This means that the improvement in educational sector, per capita income and standard of living (that represent the main components of the HDI) have pulled many people to cities and accelerated the pace of urbanization. This contends with the idea that cities play a major role as industrial centers with high productivity and are places to generate income where one can have access to better opportunities (UNEP, 2002). That's why urban areas development usually contributes to massive investment in factories, schools building, improvements in infrastructure access, public goods etc. that foster economic prosperity in developing countries (UNCHS, 2001)

In fact, the disparities of opportunities and income between urban and rural areas usually translate into a higher standard of living for urban residents and attract anyone in search of a better life (Bradshaw, 1987). Many people are ready to move to the economic centers regardless the risks and difficulties they could encounter there. Considerations from Malik et al. (2017) shed light on how people can deliberately relocate and prefer to live in seacoast areas and other regions close to the mouths of the great rivers, frequently affected by floods, only for their natural resources and trading opportunities. Even afflicted by natural disasters they resist by disposing all their liquid assets for subsistence till they cannot cope with the situation anymore, before they decide to migrate to cities for better and secured livelihood (Rayhan & Grote, 2007). This show that people can attach too much price to the opportunities in cities above all else.

Therefore, to enjoy cities' facilities and amenities and to overcome the persistent poverty prevailing in rural areas many people flock to cities. As development proceeds, higher productivity of the urban sector generates more job opportunities with higher wages (Royuela & Castells-Quintana, 2014). The expanding labor demand increases the need for labor to relocate to centers and necessitates the movement of people from rural to urban areas to take up the available jobs. Rural inhabitants are therefore pulled to urban areas and concentrate there to take advantage of higher high industrial wages, larger markets and improved amenities (Royuela & Castells-Quintana, 2014).

The positive impact of HDI on urban growth can also be interpreted as the effect of decline in mortality rates on urbanization. Relating to mortality, the situation in SSA is similar to the one related by Fox (2012; 2017). After noticing that mortality, coupled with poor hygienic and sanitary conditions, were representing a hindrance to migration for many years during the colonial period, Fox (2012; 2017) suggests that the improvements in health and hygienic methods have definitely propelled urbanization in SSA thereafter. Interestingly, our results confirm that trend and show that an increase in the decline of the mortality rate translate into an increase of population growth over the long run, thus accelerating the pace of urbanization in SSA. Therefore, the unlimited urban growth in some parts of SSA may be attributable to improvements in the decline of the mortality rate, thanks to the efforts being made to reduce mortality.

However, as many people find themselves in towns in the search of a better life, they end up facing harsh conditions where cities are unfortunately not likely to sustain the basic needs of all the migrants. As such, the great ideas and hope the migrants had about cities rapidly vanished and high unemployment or uncertainty of employment contributed to the widespread of slums, urban poverty and other social problems. Moreover, it has also been noticed that the urban growth rates in West Africa has exceeded the capacities of municipalities to provide adequate housing and services (water, sanitation, communications and transport infrastructures, health services and education etc.) in many countries. For instance, approximately 12% of Nouakchott the capital city of Mauritania, is made up with slums (UNEP, 2002).

In the other hand, our study reveals that one-point rise has decreased urban growth typically by 0.6% within SSA from 2008 to 2014. This result is corroborated by the evidence of slowing in urbanization recorded in many parts of SSA due to the increasing income inequality and youth unemployment during the last decades (Potts, 2009). Considering the most recent inter-census period in SSA, Potts (2009) confirms that many countries in the area are now stagnating or urbanizing very slowly, especially as regard to large and medium-sized towns in Benin, Mozambique, Senegal, Zimbabwe, Mauritania, Burkina Faso, and Niger. The author finds

that these trends largely stem from the declining economic opportunities in many urban areas, reflecting the crises in urban poverty and livelihood insecurity. As employment opportunities become limited in cities that struggle to absorb the increasing number of rural migrants, many of migrants are left with low-paying jobs; consequently, urban employment tends to expand the service and informal sectors that constrain economic development (Timberlake & Kentor, 1983; Bradshaw, 1985). After a certain period of endurance without improvement in living conditions, cities appear as deadly places to live, thus causing urban growth to progressively decrease. As the good opportunities available in towns were the main motives behind people's movement to cities in SSA, when these opportunities are limited or nonexistent, many of them change their mind according to the following African proverb:

« When you do not know where you are going, look where you are from »

The proverb means that when we do not have a clear idea of the future in the actual circumstances, we must always refer and identify ourselves to our starting point because the latter is known, and we can never get lost because our starting point is still known. Even if we decided to take a difficult path before and realized that we cannot complete it to the end, we can always go back to the starting point and start everything from scratch, by learning from our past mistakes.

Another important accelerator of urbanization in SSA is the fertility levels that displays the higher effect on urban growth. An increase of fertility by one unit has appeared to propel the urban growth by 1.724% within eight years. This results show that the natural processes are a critical component of urban growth as supported by Preston (1979), Fox (2017) and Dyson (2011). In a context of declining mortality, reflected by higher values of HDI, and the increasing levels of fertility, population growth accelerates in both rural and urban areas and contribute to the expansion of urbanization. Empirically, Preston (1977) agrees that urban natural increase significantly contr ibutes to urban growth and that urban growth rate is determined by overall population growth.

Government effectiveness also influences urbanization in SSA. An increase of one unit of government effectiveness index has resulted in an increase of urban growth by 0.4%. This finding confirm the urban bias theory that considers urbanization as a result of gross injustice (Njoh, 2003). The theory stipulates that governments tend to prioritize certain type of urban projects and policies at the expense of agricultural projects that could have increased rural incomes and thereby slow town-ward migration (Linn, 1982; Timberlake & Kentor, 1983; Bradshaw, 1987). This situation creates huge disparities between urban and rural areas with respect to consumption, wages, productivity and standard of living and cause many people to migrate to urban areas, where they are sometimes unable to adapt (Bradshaw, 1987). Therefore, as long as government policies promote the development of cities and accelerating urbanization, the agricultural sector is prone to decline and is progressively deprived from its labor. That's why Lipton (1977) suggests that governments can help alleviate this situation by increasing incentives in agriculture that generate more revenue to rural peasants. All it takes is government effectiveness and willingness.

Conclusion

The forces that shape urbanization in developing countries today and the historical patterns of urbanization observed for today's developed economies significantly differ. That's why appropriate national urban policies need to be implemented by taking into account each country's specific features. Yet, in general, the overall causes and engines of urbanization in the 21st century have remained less investigated and understood, thus has been overlooked in the elaboration of sound urban planning.

In this perspective, this paper determines the factors that explain urbanization and urban growth when countries are developing (SSA countries) By adopting the panel data analysis, and using Ordinary Least Squares regressions, data of 29 SSA countries from 2008 to 2015 and the G7 countries from 1995 to 2014, we investigated the hypothesized relationships. We found that the speed of urbanization has been propelled by high fertility rates, HDI, and government policies having perpetuated the pace of urbanization. At the same time, urban growth has been brought to rest due to increased unemployment trends.

We suggest that the countries in the region make significant progress on political stability in the coming years and support it by good quality institutions. This will alleviate the harm caused to people located in risky areas and create an overall peaceful environment that will stimulate investment and sustained growth. Therefore, the displacement of people to cities for safety will be limited, which, in turn, would reduce distress to cities

with their limited ability to cater the basic needs of the new migrants. We also advocate for fairer government policies in SSA and a more particular attention to the agricultural sector in order to boost the rural economy. African countries should definitely define and take up sustainable sounds methods and practices in agriculture that take into account the climate hazards and the environment sustainability. This would prevent poverty, starvation, etc. and promote long-run economic growth and help farmers to achieve economies of scale in agriculture.

Development practitioners and governments should take into account existing disparities between the rural and urban areas in order to formulate policies and strategies towards realizing more equitable growth. Otherwise rural areas will continue to trail behind as far as development is concerned, whereas urban areas will be growing up. Africa's youth need to acquire new and better skills for jobs opportunities and entrepreneurship to curb the increasing unemployment and then urbanization. Entrepreneurship skills need to be instilled in African youth from an early age, so that they go beyond the technical knowledge acquired in schools or training centers. National educational policies should be tailored according to that. Moreover, African youth need to acquire new and better skills for jobs opportunities.

We encourage the use of planning methods in SSA to moderate fertility and allow for easy control of urbanization. This would keep the young growing workforce of the region healthy, as youth labour force participation rate is globally the highest in Sub-Saharan Africa (ILO, 2016).

The literature on urbanization can be expanded by examining the mechanisms and channels through which channels of demographic factors in developing countries and international migration in developed countries contribute to urbanization. The impact of selected microeconomic, cultural factors, economic structures can be included for further analysis.

REFERENCES

ACEMOGLU, D., JOHNSON, S., & ROBINSON, J. A. (2001). The colonial origins of comparative development: An empirical investigation. American economic review, 91(5), 1369-1401.

ALEXANDRATOS, N., & BRUINSMA, J. (2012). World agriculture towards 2030/2050: the 2012 revision (Vol. 12, No. 3). FAO, Rome: ESA Working paper.

ANNA, C., & ANGELO, P. (2014). A Panel data approach to evaluate the Passenger Satisfaction of a Public Transport Service. Procedia Economics and Finance, 17, 231-237.

ANNEZ, P. C., & BUCKLEY, R. M. (2009). Urbanization and growth: Setting the context. Urbanization and growth, 1, 1-45.

AROURI, M. E. H., YOUSSEF, A. B., NGUYEN-VIET, C., & SOUCAT, A. (2014). Effects of urbanization on economic growth and human capital formation in Africa.

BALTAGI, B. (2008). Econometric analysis of panel data. John Wiley & Sons.

BECKER, C. M., & MORRISON, A. R. (1995). The growth of African cities: theory and estimates.

BLOOM, D. E., CANNING, D., & Fink, G. (2008). Urbanization and the wealth of Nations. Science, 319(5864), 772-775.

BLOOM, D. E., SACHS, J. D. 1999. "Geography, demography, and economic growth in Africa," in William C. Brainard and George l. Perry (eds.), Brookings Paper on Economic Activity 2: 1998. washington, dC: the Brookings institution, pp. 207–295.

BRADSHAW, Y. W. (1987). Urbanization and underdevelopment: A global study of modernization, urban bias, and economic dependency. American Sociological Review, 224-239.

DIAMOND, J., & RENFREW, C. (1997). Guns, germs, and steel: the fates of human societies. Nature, 386(6623), 339-339.

DYSON, T. (2011). The role of the demographic transition in the process of urbanization. Population and development review, 37(s1), 34-54.

ELLIS, P., & ROBERTS, M. (2015). Leveraging urbanization in South Asia: Managing spatial transformation for prosperity and livability. World Bank Publications.

EVENSON, R. E., & GOLLIN, D. (2003). Assessing the impact of the Green Revolution, 1960 to 2000. science, 300(5620), 758-762.

FAY, M., & OPAL, C. (2000). Urbanization without growth: A not so uncommon phenomenon (Vol. 2412). World Bank Publications.

GLAESER, E. L., & SHAPIRO, J. M. (2002). Cities and warfare: The impact of terrorism on urban form. Journal of Urban Economics, 51(2), 205-224.

GOLLIN, D., JEDWAB, R., & VOLLRATH, D. (2016). Urbanization with and without Industrialization. Journal of Economic Growth, 21(1), 35-70.

HAUSMAN, J. A. (1978). Specification tests in econometrics. Econometrica: Journal of the econometric society, 1251-1271.

HENDERSON, V., STOREYGARD, A., & DEICHMANN, U. (2013). Has Climate Change Promoted Urbanization in Sub-Saharan Africa? Unpublished manuscript, Department of Economics, Brown University.

ILIFFE, J. (2017). Africans: the history of a continent (Vol. 137). Cambridge University Press.

JEDWAB, R. (2011). Why is African urbanization different? Evidence from resource exports in Ghana and Ivory Coast. Unpublished, Paris School of Economics.

JEDWAB, R. (2013). Urbanization without industrialization: Evidence from consumption cities in Africa. Unpublished manuscript, Department of Economics, George Washington University.

JEDWAB, R., Christiaensen, L., & Gindelsky, M. (2014). Rural push, urban pull and... urban push? New historical evidence from developing countries. Institute for International Economic Policy. The George Washington University. Working Papers, 4.

JENNINGS, K. & WELLINGTON-MOORE, C. & BOUWMAN, H. (2014). Proliferation of Urban Centres, their Impact on the World's Environment and the Potential Role of the GEF. In the Sustainable Urbanization Policy Brief Report to the 5th GEF Assembly, Mexico.

LINN, J. (1982). The Costs of Urbanization in Developing Countries. Economic Development and Cultural Change.

LIPTON, M. (1977). Why poor people stay poor: a study of urban bias in world development. London: Canberra: Temple Smith; Australian National University Press.

LOWRY, I. S. (1990). World urbanization in perspective. Population and Development Review, 16, 148-176.

MADDISON, A. (2007). Contours of the world economy 1-2030 AD: Essays in macro-economic history. Oxford University Press.

MALIK, N., ASMI, F., ALI, M., & RAHMAN, M. M. (2017). Major Factors Leading Rapid Urbanization in China and Pakistan: A Comparative Study. Journal of Social Science Studies, 5(1), 148.

NAMASAKA, M., & KAMARU, C. (2015). Is urbanization in sub-Saharan Africa divorced from economic growth?. Africa at LSE.

NJOH, A. J. (2003). Urbanization and development in sub-Saharan Africa. Cities, 20(3), 167-174.

POTTS, D. (1995). Shall we go home? Increasing urban poverty in African cities and migration processes. Geographical Journal, 245-264.

POTTS, D. (2009). The slowing of sub-Saharan Africa's urbanization: evidence and implications for urban livelihoods. Environment and Urbanization, 21(1), 253-259.

PRESTON, S. H. (1979). Urban growth in developing countries: A demographic reappraisal. Population and Development Review, 195-215.

ROYUELA, V., & Castells-Quintana, D. (2014). International migrations and urbanisation: 1960–2010. International Journal of Global Environmental Issues, 13(2-4), 150-169.

SATTERTHWAITE, D. (2007). The transition to a predominantly urban world and its underpinnings. IIED Human Settlements Discussion Paper.

TACOLI, C., MCGRANAHAN, G., & SATTERTHWAITE, D. (2014). Urbanization, Rural–urban Migration and Urban Poverty.

TIMBERLAKE, M., & Kentor, J. (1983). Economic dependence, over urbanization, and economic growth: a study of less developed countries. The Sociological Quarterly, 24(4), 489-507.

TORRES-REYNA, O. (2007). Panel data analysis fixed and random effects using Stata (v. 4.2). Data & Statistical Services, Princeton University.

TUROK, I. (2015). Turning the tide? The emergence of national urban policies in Africa. Journal of Contemporary African Studies, 33(3), 348–369

UNITED NATIONS CENTRE FOR HUMAN SETTLEMENTS. (2001). The State of the World's Cities, 2001 (Vol. 27). UN Habitat.

UNITED NATIONS DEPARTMENT OF ECONOMIC AND SOCIAL AFFAIRS, POPULATION DIVISION. (2013). World Population Policies 2013. Population Division, United Nations Department of Economic and Social Affairs, New York.

UNITED NATIONS DEPARTMENT OF ECONOMIC AND SOCIAL AFFAIRS, POPULATION DIVISION. (2014). World Urbanization Prospects: The 2014 Revision, Highlights (ST/ESA/SER.A/352).

VELKOFF, V. A., & KOWAL, P. R. (2007). Population aging in Sub-Saharan Africa: demographic dimensions 2006 (Vol. 7, No. 1). US Dept. of Commerce, Economics and Statistics Administration, US Census Bureau.

WORLD BANK. (2017). World Development Indicators 2017. Washington, DC. World Bank.

The Major Drivers of Urban growth in Developed countries in the 21st century: Evidence from the Group of seven (G7) countries.

Nadege Clemence Sourou Yabo AGOSSOU[1] **Ali Kabasakal**[2]

[1]Sakarya University

[2]Corresponding Author, Sakarya University, SBF-Iktisat, 54187 SAKARYA, +90 264 295 6352, kabasakal@sakarya.edu.tr

Abstract: It is widely alleged that urbanization has gained momentum during the past 19th and 20th century in most of today's developed countries. Today, these countries still displaying higher urban rates globally, are recorded a tremendous decline in urban growth. As the phenomenon has been less examined in the concerned countries in the 21st century compared to the previous centuries, this study proposes an analysis of selected economic, demographic and political variables in the process of urbanization occurring in the Group of seven (G7) countries. Data from the World Development Indicators and some other specialized institutions related to the G7 countries from 1995 to 2014 are employed to test the hypothesis that economic factors and international migration are the main engines of urban growth in the area. Results from panel data analysis using Fixed Effects estimations are used to test the hypothesized relationships. We found that higher productivity in manufacturing and increasing international migration flows are accelerating the pace of urban growth in G7 countries in the contemporary era.

Key words: Drivers of Urban growth, G7 countries, Panel data, Fixed Effects Model, 21st century.

Introduction

Urbanization refers to a gradual increase in the proportion of people living in urban areas compared to that of the countryside. It enables the growth of cities and towns through the natural increase of urban population, migration, and the annexation of surrounding areas or reclassification of rural areas as urban centers (Kasarda & Crenshaw, 1991). The phenomenon is still expanding globally and is bringing about structural and spatial changes in the distribution of people and natural resources (UNDESA, 2014).

Urbanization has historically been associated with important economic and social transformations, which brought about greater geographic mobility, longer life expectancy, higher levels of literacy, greater access to social services, and enhanced opportunities for cultural and political participation (Bradshaw, 1987; Fox, 2012). The fact that many of the urbanization catalyzers also drive economic development has led many authors to the conclusion that urbanization is fundamentally a byproduct of economic development especially in developed countries (Fox, 2012; Namasaka & Kamaru, 2015; Fox, 2017).

Without any doubt today, urbanization is increasing globally and is much faster in some regions than others. Approximately fifty years ago, the metropolitan New-York was the only urban center with a population size of more than 10 million. Interestingly, in 2014, 19 similar big cities have emerged across the planet and the number of cities with more than one million inhabitants has increased more than fourfold (UNDESA, 2014). Recently in 2014 nearly 3.9 billion of people were living in cities and this figure is expected to reach 6.3 billion by 2050 with the majority of the increase projected to occur in developing countries (UNDESA, 2014).

Many of the today's developed countries have started undertaking their urban transition two centuries ago, in the 19th century. And their urbanization rate has increased by 25% over the last quarter of the 19th century from 1800 to 1910 (UNDESA, 2014). Interestingly, the urbanization rate has remained very high until today but urban growth is increasing at a very low pace. The most developed regions in the world, led by Europe are currently seeing their cities growing the least, and the share of the population living in the largest cities has fallen (UNDESA, 2014). However, approximately 70% of people are still living in cities in those areas (UNDESA, 2014).

At the same time, the critical drivers of urban growth or expansion are relatively less investigated and understood (Malik et al., 2017). The topic has been of much more attention over the last centuries and especially overlooked in our contemporary era in developed countries. That's why characterizing the determinants of urbanization is a crucial to understanding the phenomenon and its slowdown trend in G7

countries. It will shed light on the type of urbanization occurring in developed countries today in order to build more efficient and innovative urbanization policies.

Historical evidence of urbanization in developed countries

The proportion of the urban population have remained unchanged in today's advanced economies for many decades before the 19th century (Fox, 2012). The steady rate of urbanization of that period was mainly attributable to the occurrence of disease burdens and the insufficiency of food supplies in cities (Fox, 2012). The agricultural productivity was very low and its increase was driven primarily by bringing more land under cultivation rather than by rising yields. Transportation costs remained very high and constrained the exchange of agricultural goods and the potential for regional specialization, thus making trade inefficient (Bairoch, 1991; Fox, 2012). Many Europeans cities including Rome were forced to adjust their population size (from almost one million to just 50,000 inhabitants) with their productive capacity and food supplies (Bairoch, 1991; Reader, 2004).

Later during the 19th century, Europe undertook urbanization at its fastest rate with an essentially rural society becoming a developed and urbanized society. At that time, over 90% of the population have shifted from agricultural activities (Fox, 2012). Between 1800 and 1900, the proportion of Europeans living in cities grew from around 10 to 30 %, and by the turn of the millennium approximately 70 % of the Europeans lived in urban areas (Bairoch & Goertz, 1986). The advent of technologies and institutions contributed to this urban transition by mitigating the urban constraints in the pre-modern period and facilitating disease control (Fox 2012). Some agricultural innovations (nitrogen fertilizer, crop rotation, and mechanization) have propelled the productivity in agriculture (Bairoch, 1991; Cameron, 1997; Maddison, 2007). The implementation of cheaper sources of energy (railroads, steamships, and eventually automobiles) have emerged to reduce transportation costs (Bairoch, 1991; Crafts & Venables, 2003). Improvements in hygiene and health care led to a dramatic decline in mortality rates (Szreter, 1997; Bloom & Sachs, 1999; Livi-Bacci, 2007). Political-institutional changes reinforced and sustained the growth of cities (Szreter, 1997; Cameron, 1997; Maddison, 2007). These changes collectively led to a permanent shift from an agrarian economy characterized by a stagnant per capita income and high mortality, to a modern economic growth regime with secular rises in factor productivity and life expectancy in Europe (Galor & Weil, 1999). Consequently, urban population growth increased directly through the raising of the rate of urban natural increase or indirectly by the flows of rural-to-urban migration.

Besides this urbanization trend, an uncommon phenomenon has been observed in the first half of the 19th century. Three former commercial powers namely the Netherlands, Portugal and Denmark, experienced dramatic decrease in their level of urbanization (Bairoch & Goertz, 1985). In the particular case of Denmark, given its important per capita Gross National Product, it had a lower level of urbanization than the other countries. The country's delay in urbanization was mainly attributable to the fact that its economic development was based on the export of raw agricultural products until 1870. It was only after that period that agricultural output increased substantially. Later in 1890 the development of some industries began (Bairoch & Goertz, 1985). This shows that industrialization was paramount for urbanization in those countries.

Empirical studies on urbanization in developed countries

Scholarly works on the causes of urbanization in today's developed countries during the 21th century are almost rare. A comprehensive analysis by Bairoch & Goertz (1985) has related to the determinants of urbanization in the 19th century. Their study is used in this part to review the empirical literature. Bairoch & Goertz (1985) have shown that the level of exports and agricultural productivity were crucial for urbanization in Europe and some selected advanced countries from the early to middle of the 19th century. The authors contend that the economic factors roughly accounted for 70 to 80% of the growth in explaining the level of urbanization. According to them, the beginning of the urbanization process corresponded approximately to a period of economic take-off.

Of the economic factors they enumerated, industrialization, international trade (entry in exports), per capita Gross National Product and agricultural productivity are the important promoters of urbanization. They also found that the United Kingdom alone had globally increased the level of urbanization in Europe from 10.4% to 12.6% during the 19th century. This situation has caused the massive imports of foodstuffs and cereals from other countries due to the nascent industrial revolution that occurred around 1830. In another study, Bairoch (1985) corroborates the importance of industrial revolution in urbanization by arguing that industrial

employment shares in total employment has increased from 35-45 % to 50-55 % during the 19th century in European cities. Moreover, countries with concentrated industries were also more likely to display higher level of urbanization than countries with dispersed industrialization (Bairoch & Goertz, 1985). That's why the countries that concentrated their industry in a few places had recorded higher levels of urbanization than those that have their industry dispersed throughout the country. Our main authors also found that international trade have attracted people to the cities independently from industrialization.

However, it's worth noting that urbanization was proven to be enhanced either by industrialization or increasing agricultural productivity depending on country specific factors. For example, in their analysis Bairoch & Goertz (1985) showed that urbanization was pulled more by industrialization in Europe. Conversely, the levels of urbanization were lifted up by the increase in agricultural productivity in the non-European developed countries. Furthermore, if history is any guide, urbanization is likely to be irreversible and tend to fuel itself, thus constraining de-urbanization as cities attract many people in terms of life-style, and new opportunities. In this regard, Bairoch & Goertz (1985) showed that the level of urbanization in 1800 at the beginning of urbanization is quite important in determining the level of urbanization of a society. They also find that countries with high levels of urbanization remain over-urbanized for their economic and demographic position.

International migration was another major determinant of urbanization identified by Bairoch & Goertz (1985) in today's advanced economies, two centuries ago. Migrations have been described as a factor accelerating urbanization in receiving countries and a restraining factor in the home countries of migrants. According to Gallaway & Vedder (1971), large population growth has generated large immigration from Europe to overseas (36 to 39 million of Europeans from 1865 to 1914). And the new immigrants who arrived after 1890, largely from southern and eastern Europe, were more inclined to settle in cities than the immigrants who preceded them. During the same period, Bairoch & Goertz (1985) denote that overseas urbanization increased at the expense of urbanization in Europe. Because of this rapid urbanization in the overseas developed countries, after 1880, Europe lost its place as the most urbanized developed. In addition, Bairoch & Goertz (1985) find that neither the central government nor the population density is strongly associated with the level of urbanization.

In a nutshell, the developed countries have recorded three main periods in the process of urbanization: preindustrial, industrial and post-industrial. Today's advanced economies have discovered the remedies to the main impediments to urban growth during the preindustrial period. These advancements coupled with the industrialization revolution have consistently been accompanied with sustained economic growth, thus prompting many authors to consider urbanization as a byproduct of economic development (Fox, 2012).

Methodology

Panel data also called longitudinal data is a particular type of data, where each entity (corporations, individuals, countries, etc.) is observed across two or more periods of time. It has the advantage to control the effect of individual heterogeneity or the effects of the variables that are not observed in the model (Baltagi, 2008). That is, it allows us identify the effects of the omitted variables, without being really included or observed in the model (Hsiao, 1985; Reyna, 2007; Anna et al., 2014). Anna et al. (2014) have explained that the panel data displays less collinearity among the variables, thus produce more efficient and precise parameters as they contain more information and more variability.

$$Urbgrowth_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{it} + \beta_2 G_{it} + v_i + u_{it}$$

- $Urbgrowth_{it}$ stands for the urban growth variable of country i in year t
- X_{it} is a set of explanatory variables including economic variables (Per-capita income, manufacturing productivity), demographic factors (fertility, life expectancy, international migration) and political factors (political stability, government effectiveness index).
- G_{it} is a vector of year dummies.
- The error term is decomposed into time-invariant component v_i and time variant component u_{it}.

Urban growth refers to the increase (the relative or absolute) in the size of the population living in towns and cities over a period of time which is expressed in a number. It is the actual increase in number of people in cities. Our set of independent variables include political, demographical and economic factors as displayed in Table 1.

Data sources

The economic and demographic variables are retrieved from The World Development Indicators database of the World Bank, with the exception of the Human Development Index (HDI) from the United Nations Development Program database and the total inflows of foreign population variable, which is from the Migration database of the Organization for Economic Co-operation and Development. The political factors (Government Effectiveness and Political Stability and Absence of Violence/Terrorism) are derived from the World Governance Indicators database of the World Bank.

Table 1. Expected signs in the G7 countries

Variables		
Dependent variables Independent variables	Meanings	Expected Signs
Economic variables		
Per capita income	measures the average income per person in a given country in a specified year.	No effect
Unemployment	the share of the workforce that is currently without work but available for and seeking employment.	+
Manufacturing, value added	effect of the expansion of the manufacturing sector	+
Squared of Manufacturing, value added		+
Demographic variables		
Life expectancy	the number of years that a newborn infant could expect to live if the patterns of infant mortality rates at the time of birth remain the same throughout the infant's life.	+
Fertility	the number of years that a newborn infant could expect to live if the patterns of infant mortality rates at the time of birth remain the same throughout the infant's life.	No effect
Inflows of foreign population	is used in this study as an indicator of international migration flows in a given country.	+
Political factors		
Political stability	We use political stability to account for the absence of conflicts and violence in a given country	-
Government effectiveness	We use this factor as a proxy for government actions and policies in a given country.	+

Source: By the authors

The Estimation Process

We employ the diagnostic tests to discriminate between the appropriate model: Fixed Effects, the Random Effects model or Ordinary Least Squares.

Statistically, fixed effects models always give consistent results but they may not be the most efficient model to run (Anna et al., 2014). Random effects will provide more efficient estimator with better p-values and may be used if statistically justifiable. The Hausman specification H-test (1978) is generally used to discriminate between fixed effects and random effects models. The Hausman H-test tests probes the null hypothesis that the coefficients estimated by the efficient random effects estimator are the same as the ones estimated by the

consistent fixed effects estimator. It basically tests whether the unique errors (u_i) are correlated with the regressors, the null hypothesis being that they are not.

If the null hypothesis is accepted, then random effects should be considered. Alternatively, the fixed effects model is the best. If the Hausman test results suggest the use of random effects model, the LM test helps to decide between the Ordinary Least Squares estimation and the random effects model. The null hypothesis is that there is no variation among units (states in this example – i.e., no panel effect), thus OLS estimation is appropriate.

If the results of the Hausman test indicate the use a fixed effects model it is important to see if time fixed effects are needed when running a fixed effects model. In order to do this, we create a series of time dummy variables and then execute the test. If Prob > F = <.05 then the null hypothesis that all year coefficients are jointly equal to zero is rejected. If so, the time fixed-effects are needed.

Urban growth in G7 countries

Table 2 examined the effects of selected demographic, political and economic variables on urban growth in the G7 countries. Specifically, international migration flows and higher values of productivity in the manufacturing sector (Squared Manufacturing) are the main determinants of urban growth. The other factors: unemployment, political stability, fertility, and manufacturing productivity are all insignificant in explaining growth. We find that international migration flow is important in the explanation of the speed of urbanization in G7 countries.

Table2. Estimation of Urban growth in G7 countries

Variables	Fixed Effects Model
Per capita income	3.691 (2.361)
Manufacturing	-17.08 (8.798)
Squared Manufacturing	3.796* (1.825)
Unemployment	0.162 (0.247)
Life expectancy	-10.85 (7.262)
Fertility	0.0430 (1.335)
Political stability	0.0565 (0.205)
Migration	1.394* (0.693)
Constant	8.212 (24.13)
R-squared	0.366
Time FE	No

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1 Robust standard errors in parentheses

Source: By the authors.

Urban growth and international migration

An immigrant is an international migrant who enters a given country from a place outside the country. As the UNDESA (2017) reported that (1) nearly two-third of all these migrants reside in Europe and Asia; (2) Europe, Asia and North America are considered as the top three destinations of international immigrants, it can be inferred that large share of the international migrants live in the G7 countries.

However most of the developed countries are all affected by the population ageing process that is projected to cause the region population to drop by 9% by 2050 (German Federal Statistical Office, 2015). As typically evident, almost 21% of the population in Italy and Germany as well as 25% in Japan is aged 65 or above. The trend in these three countries is believed to result from the fertility rate patterns that is significantly below the replacement level of 2.1 and further below the global average of 2.5 children per woman (German Federal Statistical Office, 2015). In this context, net international migration appears as a palliative to population decline in Europe and in other advanced countries. That's why international migration remains an increasingly important factor accompanying traditional internal migrations in explaining urbanization (Royuela & Castells-Quintana, 2014). Using a panel of 200 countries over the period 1960–2010, the authors describe the effects of international migrations on urbanization. Their results highlight international migration as a relevant factor in the urbanization process. They found a positive association between immigration and urbanization, particularly

in small and medium-sized cities, and an inverse relationship between emigration and urbanization in developing countries.

Urban growth and Productivity in Manufacturing

Many scholars have linked urbanization to urban growth (Fay & Opal, 2000; Bloom et al., 2008). The results highlight that it is only very high values of productivity in the manufacturing sector (here represented by the squared of the productivity) that are conducive to rampant urban growth. In other words, an increase in one unit of higher rate of productivity in manufacturing is capable of driving urban growth up to 3.79%.

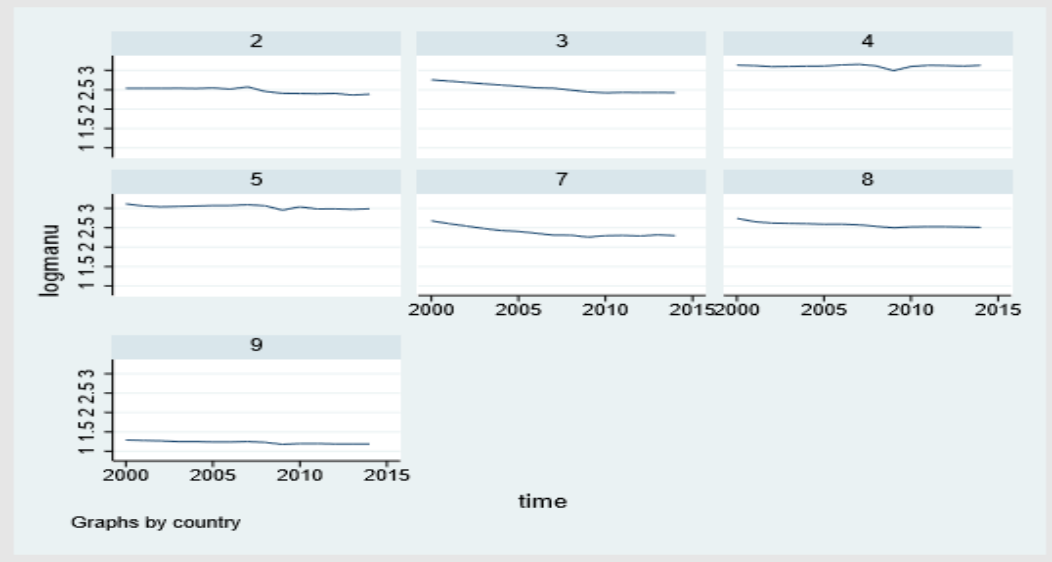
In fact, we first include the productivity in manufacturing variable only in the model but the results were quite strange, the coefficient was significant with a negative sign. This suggests that the productivity in manufacturing can lessen urban growth in G7 countries. However, to go deeper about this relationship and its implications, we add the squared of the productivity in the model to investigate the existence of a U-shaped relationship between productivity in manufacturing and urban growth. Surprisingly in the new model (that we definitely retain), the coefficient for the squared of the productivity is significant at the expense of the coefficient representing productivity in manufacturing. This suggests that productivity in manufacturing can propel urban growth only with very high value; small or constant value of productivity will appear insignificant or induce constant growth of urban growth in the G7 economies. Such results confirm and expand the previous works in two ways: first industrialization as a driver of urban growth; second, the slowing in urbanization in many parts of Europe and in the developed countries in general.

Regarding the first aspect, many authors, relying on the history of urbanization, view the advancements in technologies that occurred concomitantly with the industrialization as the main engine of the expansion of urbanization from the 19th to the 20th century in today's most developed countries (Fox, 2012; Fox, 2017). One possible channel through which this productivity can operate is the labor sector. Higher productivity of the urban sector generates more job opportunities with higher wages (Royuela & Castells-Quintana, 2014). Rural inhabitants are therefore pulled to urban areas and concentrate there to take advantage of higher high industrial wages, larger markets, and improved amenities (Royuela & Castells-Quintana, 2014). Also, cities' expansion and industrialization is accompanied with subsequent changes in infrastructures and facilities and improvement in the standard of living that attract many people to cities as they want to experience a better quality of life.

The second point concerns the general idea that urbanization is still higher in developed countries (at least 75% today) but increasing very slowly (less than 0.4% annually approximately in 2014). (UNDESA, 2014). It's like the pace of urbanization tends to be curbed as countries record high levels of urbanization. The pace of productivity in manufacturing determines the speed of urban growth in developed countries. As suggested by our results, it means that only very high increase in productivity can accelerate urban growth. And if urban is still slowing today, it means that the productivity in manufacturing is not growing significantly. Developed countries may be displaying higher but constant increase in the productivity of the manufacturing sector nowadays. The result is that the urban growth is slowing down or remaining constant in response to the current trend in the productivity of the manufacturing sector.

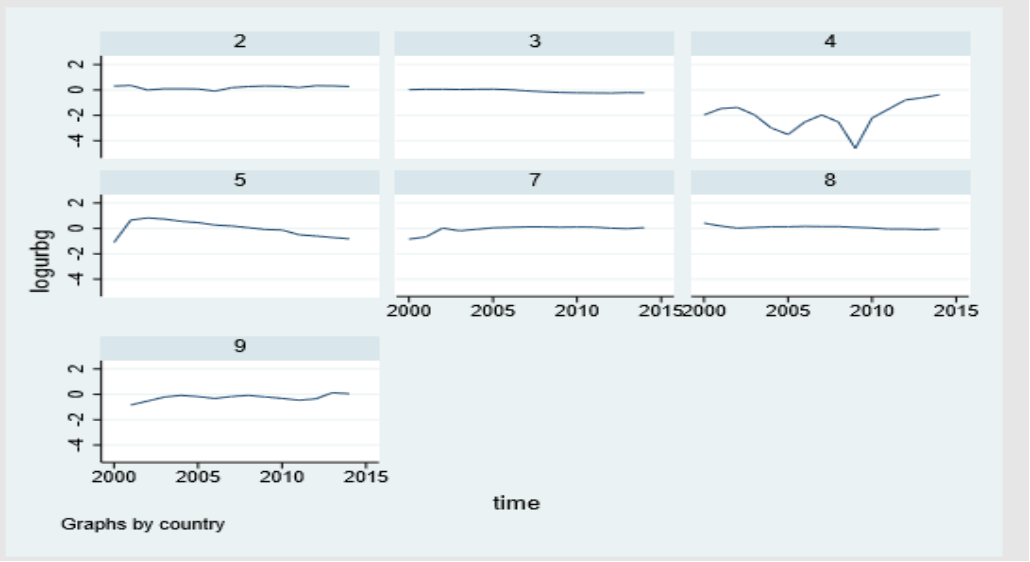
As portrayed by the Graph 1 and Graph 24, the productivity of the manufacturing sector remains almost constant in all the seven countries with higher value in Germany and lower values in Italy. At the same time, urban growth remains constant in all the countries with more fluctuations of up and down in Germany. However, Germany, the most productive country did not present extraordinary or greater value of urban growth compared to the others countries. Interestingly, Italy, the least productive country in the group, displays similar urban growth to the rest of G7 countries. These results highlight the fact that even the more productive country (Germany) did not reach very high level of productivity that can propel its urban growth. This is the reason why Germany is still displaying similar urban growth rates with the less productive countries of the G7.

Graph 1: Manufacturing, value added in G7 countries



Source: By the author

Graph 2: Urban growth in G7 countries



Source: By the author

Conclusion

This paper determines the factors that explain urban growth when countries already developed (G7 countries) in the 21st century. We consider a variety of economic, demographic and political factors that we deem important in the explanation of urban growth. By adopting the panel data analysis, and using Fixed Effects regressions, data of the seven countries of G7 from 1995 to 2014, we investigated the hypothesized relationships.

Regarding the accelerators of urban growth, the findings reliably demonstrates that higher productivity in manufacturing and international migration flows are accelerating the speed of urbanization in today's developed countries.

In G7 countries the findings reveal an underground problem: developed countries are obliged to rely on foreigners' migration flows to boost their population growth. A nation only constituted of old people is socially unbalanced and constituted a potential threat for the long run economic growth. Therefore, there is a need to

mitigate the effect of population ageing in G7 countries. Given that, we encourage the improvement of life expectancy (that is already very high) in this area. Most importantly, we advocate for the development of mechanisms that can reverse the population ageing situation in order to make urbanization healthier. Laws and rules to protect and delimitate the rights and facilitate the social and occupational integration of migrants in their foreign countries should be clearly defined. This will ease the migrants' stay, and make them active actors of the economy.

The study shows that the increase in productivity in the manufacturing sector determines the speed at which urban growth accelerates. As displayed by our database urban growth is slowing in G7 countries, meaning that productivity in manufacturing though high in G7, is increasing very slowly. Comprehensive researches need to be conducted to investigate the trend of productivity in G7 countries. The use of more advanced technology and the exploration of new sectors to boost the productivity in manufacturing are recommended. As part of their Foreign Direct Investment and the transfer of knowledge, G7 countries can intervene and partner in less developed countries especially in the industrialization of agriculture. This will expand their manufacturing potential and propel the sector. In this study, the per capita income has appeared no significant in the explanation of urbanization. Further analysis might be needed to grasp the channels through which it affects urbanization.

REFERENCES

ANNA, C., & ANGELO, P. (2014). A Panel data approach to evaluate the Passenger Satisfaction of a Public Transport Service. Procedia Economics and Finance, 17, 231-237.

BAIROCH, P., & GOERTZ, G. (1986). Factors of urbanization in the nineteenth century developed countries: a descriptive and econometric analysis. Urban Studies, 23(4), 285-305.

BAIROCH, P. (1991). Cities and economic development: from the dawn of history to the present. University of Chicago Press.

BALTAGI, B. H., & LEVIN, D. (1992). Cigarette taxation: raising revenues and reducing consumption. Structural Change and Economic Dynamics, 3(2), 321-335.

BLOOM, D. E., SACHS, J. D. (1999). Geography, demography, and economic growth in Africa, in william C. Brainard and George l. Perry (eds.), Brookings Paper on Economic Activity 2: 1998. Washington, DC: The Brookings institution, pp. 207–295.

BLOOM, D. E., CANNING, D., & Fink, G. (2008). Urbanization and the wealth of Nations. Science, 319(5864), 772-775.

BRADSHAW, Y. W. (1987). Urbanization and underdevelopment: A global study of modernization, urban bias, and economic dependency. American Sociological Review, 224-239.

CAMERON, R. E. (1993). A concise economic history of the world: from Paleolithic times to the present. Oxford University Press, USA.

CRAFTS, N., & VENABLES, A. (2003). Globalization in history. A geographical perspective. In Globalization in historical perspective (pp. 323-370). University of Chicago Press.

FAY, M., & OPAL, C. (2000). Urbanization without growth: A not so uncommon phenomenon (Vol. 2412). World Bank Publications.

FEDERAL STATISTICAL OFFICE OF GERMANY. (2015). G7 in figures Summit of the G7 states in Elmau 2015.

FOX, S. (2012). Urbanization as a global historical process: theory and evidence from sub-Saharan Africa. Population and Development Review, 38(2), 285-310.

FOX, S. (2017). Mortality, migration and rural transformation in sub-Saharan Africa's urban transition. Journal of Demographic Economics, vol 83., pp. 13-30

GALLAWAY, L. E., & VEDDER, R. K. (1971). The increasing urbanization thesis-did" new immigrants" to the united states have a particular fondness for urban life? Explorations in Economic History, 8(3), 305.

GALOR, O., & WEIL, D. N. (1999). From Malthusian stagnation to modern growth. American Economic Review, 89(2), 150-154.

KASARDA, J. D., & CRENSHAW, E. M. (1991). Third world urbanization: Dimensions, theories, and determinants. Annual Review of Sociology, 17(1), 467-501.

LIVI-BACCI, M. 2007. A Concise History of World Population, Fourth edition. oxford: Blackwell Publishing.

MADDISON, A. (2007). Contours of the world economy 1-2030 AD: Essays in macro-economic history. Oxford University Press.

MALIK, N., ASMI, F., ALI, M., & RAHMAN, M. M. (2017). Major Factors Leading Rapid Urbanization in China and Pakistan: A Comparative Study. Journal of Social Science Studies, 5(1), 148.

NAMASAKA, M., & KAMARU, C. (2015). Is urbanization in sub-Saharan Africa divorced from economic growth?. Africa at LSE.

ROYUELA, V., & Castells-Quintana, D. (2014). International migrations and urbanization: 1960–2010. International Journal of Global Environmental Issues, 13(2-4), 150-169.

SZRETER, S. (1997). Economic growth, disruption, deprivation, disease, and death: on the importance of the politics of public health for development. Population and development review, 693-728.

TORRES-REYNA, O. (2007). Panel data analysis fixed and random effects using Stata (v. 4.2). Data & Statistical Services, Princeton University.

UNITED NATIONS DEPARTMENT OF ECONOMIC AND SOCIAL AFFAIRS, POPULATION DIVISION. (2014). World Urbanization Prospects: The 2014 Revision, Highlights (ST/ESA/SER.A/352).

UNITED NATIONS DEPARTMENT OF ECONOMIC AND SOCIAL AFFAIRS, POPULATION DIVISION. (2017). World Population Prospects: The 2017 Revision, Volume I: Comprehensive Tables (ST/ESA/SER.A/399).

Dijital Teknolojinin Sağlık Uygulamalarındaki Yeri

Nevin Aydın[1]

[1] Artvin Çoruh Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, nevin.aydin@gmail.com

Özet: Teknoloji, bugünkü yaşamın kaçınılmaz bir parçası olmuştur. Kablosuz teknolojinin avantajları, mobil uygulamaların hızlı gelişimini hızlandırmaktadır. Son zamanlarda mobil cihazların kullanımının artmasıyla tıbbi bilişim alanında daha iyi çözümler üretilmekte ve tıbbi uygulamaları olumlu yönde etkilemektedir. Mobil sağlık uygulamaları, sağlık hizmeti sunucularının hastalarla ve sağlık personeli ile daha hızlı ve dinamik bir şekilde bağlantı kurmasını hedefler; Kullanılan cihazlar hasta ile sağlık personeli arasındaki iletişimi kolaylaştırır. Akıllı telefon, tablet, akıllı saat gibi dijital cihazlar için tasarlanmış uygulamalar, kullanıcıların ihtiyaç duydukları anda, zamanda ve yerde bilgilere ulaşmasını sağlar. Mobil sağlık hizmetlerinin hızlı artışı, Mobil sağlık hizmetlerinde kullanımını artırmaktadır. Mobil teknolojilerin kullanıldığı uygulamaların hastalık yönetimi için hem de insanların kendi sağlıklarını kontrol etmek için daha iyi bir potansiyeline sahip olduğu açıktır.

Anaktar Kelimeler: Mobil Sağlık, Mobil Sağlık Avantajları, Geleceğin Sağlık Sektörü

Digital Technology's Place in Healthcare Practice

Abstract: Technology has become an inevitable part of today's life. The advantages of wireless technology speed up the rapid development of mobile applications. With the increased use of mobile devices in recent times, better solutions are being produced in the field of medical computing and are influencing medical practices positively. Mobile health applications aim to connect healthcare providers with patients and health personnel faster and more dynamically; The devices used facilitate communication between the patient and the health personnel. Applications designed for digital devices, such as smartphones, tablets, smart clocks, allow users to access the information they need, when and where they need it. The rapid increase of mobile health services is increasing the usage of the mobile health services. It is clear that applications where mobile technology is used have a better potential for disease management and for people to control their own health.

Keywords: Mobile Health, Mobile Health Advantages, Future Health Sector

1. GİRİŞ

2003 yılının başında, m-sağlık kablosuz teletıp olarak tanımlandı. Mobil telekomünikasyon ve multimedya teknolojilerinin kullanımı ve entegrasyonu mobil sağlık hizmeti sistemleri ile ortaya çıktı [1]. mSağlık bilgisi taşıyan ana teknolojiler GSM, GPRS, 3G ve 4G-LTE'dir. Mobil telefon ağları; Wifi ve WiMAX bilgisayar tabanlı teknolojiler ve Bluetooth kısa mesafeli iletişim için uygundur. Bu teknolojiler, cep telefonları, mobil bilgisayarlar başta olmak üzere (netbook, tablet ve kişisel dijital dahil), çağrı cihazları, dijital kameralar ve uzaktan sensörleri kapsamaktadır. Mobil sağlıktaki gelişmeler toplum sağlığını önemli ölçüde etkileyebilir [1].

Dijital sağlık uygulamaları, insanların sağlıklarını takip etmelerini, yönetmelerini ve geliştirmelerini, sağlıklı yaşam hedeflerine ulaşmalarını ve sağlık sistemleriyle etkileşim kurmasını sağlayan mobil uygulamalardır [2]. Sağlık sektöründe dijital pazarlama, geleneksel pazarlamaya göre daha düşük maliyet ile hedeflediğiniz kitleyi (hasta, hastane, medikal cihaz ve ilaç firmaları) hizmet ya da ürünün tanıtılmasını sağlar [3].

Mobil uygulamalar, insanların kendi sağlıklı yaşamlarını yönetmelerine, sağlıklı yaşamları teşvik etmelerine ve ihtiyaç duydukları anda ve zamanda yararlı bilgilere erişmelerine yardımcı olabilir. Sektör tahminlerine göre, dünya çapında 500 milyon akıllı telefon kullanıcısı 2015 yılına kadar bir sağlık hizmeti uygulaması kullanağı ve 2018'e kadar, 3,4 milyardan fazla akıllı telefon ve tablet kullanıcısının yüzde 50'si mobil sağlık uygulamalarını indireceği bekleniyor [4].

Sağlık endüstrisi, dünyadaki en büyük ve hızlı büyüyen endüstrilerden biridir ve hastaların yaşam kalitesi üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Sağlık sektörü, iyileştirici, koruyucu, rehabilite edici veya ağır hastalığı olan hastaları tedavi etmek için ürün ve hizmetler sunmaktadır. Kuzey Amerika, sağlık hizmetleri pazarında 2017 yılında %35 pazar payına sahip en büyük bölge. Ayrıca Asya Pasifik, %27 civarında pazar payına sahip ikinci en büyük bölge. Orta Doğu, yaklaşık %3 pazar payına sahip en küçük bölge. Medikal geçmişi, tanıları, ilaçları, tedavi planları, aşılama tarihleri, alerjiler, radyoloji görüntüleri, laboratuvar ve test sonuçları dahil olmak üzere hastalarla ilgili bilgilerin dijitalleştirilmesi Elektronik Sağlık Kayıtları (EHR'ler) ile mümkün olmaktadır. EHR'ler vasıtasıyla tanı ve tedavi sonuçlarını iyileştirilebilir [5].

ABD'de Illinois Üniversitesi'nden araştırmacılar cihaz üreticilerinin sağlık tahlili, çevre gözlemleme ve genel amaçlı renk algılama uygulamaları yapabilecek yeni bir görüntü sensörünü akıllı telefonlara dahil etmeye çalışıyorlar. Ayrıca mobil sağlık, akıllı telefonda beslenme ya da fitness gibi konularla ilgili alanlarda medikal tahliller için kullanılabiliyor [6]. Dijital sağlık uygulamaları bir çok insan için yararlı olabilmektedir. Dijital sağlık kavramı içerisinde yer alan mobil sağlık, giyilebilir teknoloji ve kişiselleştirilmiş ilaç gibi farklı sınıflandırmalar yer almaktadır. Gelişen teknoloji ile kişisel sağlık cep telefonlarında yer almaktadır. Hastalar sağlıklarını ve tedavi koşullarını daha iyi yönetebilmek için dijital sağlık çözümlerini kullanmaktadırlar. Akıllı cihazlar ve internet uygulamaları, sağlığımızı daha kolay bir şekilde izlemeniz ve daha fazla bilgiye erişmemiz için ideal hizmetler sunar.

2. MOBİL SAĞLIK

Dünya Sağlık Örgütü, mobil sağlığı, mobil telefonlar, hasta takip araçları, kişisel dijital asistanlar gibi teknolojiler ile desteklenmesi olarak tanımlamaktadır [7]. Mobil sağlık tıbbi hizmet ve sağlık uygulamalarının, mobil teknoloji ile tanımlanabilir olmasıdır. mSağlık'ın birçok fırsatlar sunabilir. Bu fırsatlardan bazıları şunlardır [8]:

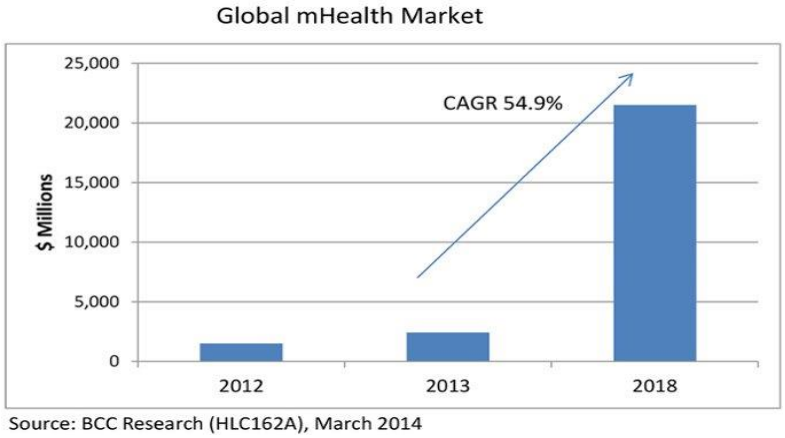
- Gerçek zamanlı bilgileri ve mesajları paylaşan bir iletişim aracı olarak
- Bakımı eve getirerek doktora uzaktan izleme fırsatı yaratır
- Hastanın sağlık durumunu tam zamanlı izleyen ve rapor eden bir araç
- Hasta ile sağlık uzmanı arasında video konferans özelliği sunabilme.
- Kullanıcıya egzersiz yapma veya ilaçlarını zamanında almasını sağlayan sanal hemşire görevi sunar

Elektronik bilginin ilerlemesi ile kişisel sağlık yönetimine olan ilgi önemli ölçüde artmıştır. İnsanlar sağlık konularını çevrimiçi araştırır ve sağlık hizmetlerine katılmak için sağlık bilgilerine elektronik erişim talep eder. Hizmet sağlayıcılar bir Elektronik Sağlık Kaydı (EHR) sistemini kabul ettikleri zaman, hasta portalı, mobil uygulamalar ve diğer teknolojileri hastalarla uzaktan etkileşime sokabilirler. Mobil sağlık teknolojisi veya mSağlık, sağlık hizmetlerini daha iyi ve daha verimli hale getiren, bugün sağlık hizmetlerinde hızla gelişen bir faktördür. Yakın tarihli bir araştırmaya göre, ABD'deki doktorların %83'ü, hasta bakımı sağlamak için halihazırda mobil sağlık teknolojisini veya mSağlık'ı kullanıyor. Mobil sağlık teknolojisi, sağlık hizmetleri ve koruyucu sağlık hizmetleri sunmak için akıllı telefonların, tabletlerin ve diğer mobil cihazların kullanılmasıdır.

3. MOBİL SAĞLIK TEKNOLOJİLER VE GLOBAL PİYASALAR

BBC, yeni raporunda küresel mSağlık piyasasının 2018 yılına kadar yaklaşık 21,5 milyar dolara ulaşacağı ve beş yıllık bileşik yıllık büyüme oranı (CAGR) %54,9 ile artacağı öngörülüyor. Avrupa, %61,6 ile muazzam bir CAGR ile bu pazarda en hızlı hareket eden pazar.

Şekil 1. Global mHealth Market.



Source: BCC Research (HLC162A), March 2014
Kaynak: HLC162a PR: Global Mobile Health Technologies [9].

Gelecek on yıl içinde, mSağlık pazarındaki yenilikler, akıllı telefon teknolojilerinin gelişmesi, kablosuz kapsama alanındaki gelişmeler ve yaygın tedavi ve yaygın kronik hastalıkların izlenmesi ile sağlanacaktır. Kuzey Amerika şu anda en büyük küresel pazar iken, 2018 yılına kadar Avrupa'nın en büyük pazar olması bekleniyor. BCC göre, mSağlık çözümleri, gelişmekte olan ülkelerde sağlık hizmetlerine erişimi hızlandırmaya ve gelişmiş ülkelerde

artan hasta yükü karşısında kaliteli sağlık hizmetlerini sürdürmeye yardımcı olabilir. Ayrıca, mSağlık teknolojileri, şirketlere artan rekabet ortamındaki farmasötik ortamda rekabet avantajı sağlayabilir [9].

4. SAĞLIK HİZMETLERİNDE MOBİL CİHAZLARIN AVANTAJI

Mobil cihazlar, sağlık hizmeti sağlayıcıları ve hastalar arasında yeni bir iletişim kanalı oluşturdu. Ancak, mobil cihazların sağlık hizmetlerinde sağladığı faydalar iletişim kanallarının ötesine geçmektedir. Daha iyi bir koordinasyon sağlar, teşhis doğruluğunu artırır ve bir güven ortamı oluşturur.

Yararlı olmasına rağmen, birçok sağlık hizmeti sunucusu cep telefonlarını ve tabletleri günlük uygulamalarına entegre etmekte istememektedir. Fakat bazı sağlayıcılar, sağlık sektöründe akıllı telefon kullanımında daha iyi standartların ve politikaların bulunmamasının güvenlik risklerini ortaya çıkarabileceğini savunurlar. Hastalar ve hasta yakınları tarafından mobil cihazları kullanmanın ve sağlık hizmetlerini nasıl dönüştürdüklerinin en önemli avantajları aşağıda belirtilmiştir [10].

4.1. Daha iyi bakım noktası koordinasyonu

Geleneksel bir hastanede, akut durumu olan bir hasta ilk tedaviden sonra taburcu edildiğinde hastaya bir hemşire tarafından reçeteler ve talimatlar verilir. Hemşire reçetelerin yanı sıra test ve takip sürecinin nasıl uygulanacağını hastaya açıklar. Hasta ile iletişim kötü kurulması, ilaç adı belirsizlikleri ve ilaç kullanım talimatlarının yanlış anlaşılması, bu ilaç hatalarına neden olabilir. Dolayısıyla, hastanın sağlığını olumsuz yönde etkileyebilir. Ulusal Biyoteknoloji Bilgi Merkezi'ne (NCBI) göre, ilaç hatalarının %70'inden reçete hataları sorumludur. Mobil cihazlarla doktorlar ve hemşireler artık hastayla teşhis, ilaç tedavisi ve takip süreci konusunda daha iyi koordine edebilirler. Ayrıca, hastanın talimatları doğru şekilde anlayıp anlamadığını da izleyebilirler. Yatan ve ayakta tedavi arasındaki süreci kolaylaştırır.

4.2. Sorunsuz veri akışı

Sağlık sistemi karmaşık bir ağdır. Sağlık hizmeti sağlayıcıları ve hastalar arasında sürekli bir veri akışı vardır. Bununla birlikte, hastane yönetiminin de muhasebe amaçlı verilere erişmesi gerekmektedir. Bu nedenle, sağlık veri ağının Sağlık Sigortası Taşınabilirlik ve Sorumluluk Yasası (HIPAA) ile uyumlu olması beklenmektedir. Bu eylem kurumlar arasında tıbbi bilgi paylaşım kurallarını ortaya koymaktadır. Mobil teknoloji bu karmaşık ekosistemi daha etkin bir şekilde hareket ettiriyor. Sağlık hizmeti sağlayıcıları artık bilgi kaynağı üzerinde daha fazla kontrol sahibi olabilirler. Ancak bütün bunlara ek olarak, siber güvenlik önemli bir sorundur. Ayrıca, mHealth birlikte çalışabilirliği sağlık hizmetlerini artırma ve genel sağlayıcı ve hasta memnuniyetini artırma potansiyeline sahiptir. Sağlayıcılar, ağ üzerinden güvenli ve sorunsuz bir şekilde veri alışverişi yapabilen sistemlere yatırım yapıyor.

4.3. Doğrudan hasta yönetimi

Telefonlar, tabletler ve giyilebilir cihazlar düzenli olarak hayati önlemler almak ve hastalara günlük tutmak için kullanılıyor. Doktorlar ve hemşireler, bir prosedürün nasıl yönetileceğini gösteren mobil cihazları kullanarak hasta üzerinde kontrol edebilirler. Sağlayıcılar, mobil iletişim uygulamalarını kullanarak aile üyelerine hasta bakımının farklı yönlerini öğretebilirler. Mobil cihazların kullanımı sayesinde sağlık hizmeti sağlayıcıları, hastalarına doğru yönde rehberlik etmede daha aktif bir rol üstlenmektedir. Bakım kalitesinin önemli ölçüde artırılmasında yardımcı olmuştur.

4.4. Hekim verimliliğini artırır

Amerikan Tıp Derneği'ne (AMA) göre, doktorlar genellikle veri girişi ve diğer idari görevlerde çok fazla zaman geçirdiklerinden şikayet ederler. Hasta bakımında zamanlarının yüzde 27'si harcanmaktadır. Bu probleme için hizmet sağlayıcılar, tıbbi işi daha az stresli hale getirmenin yollarını araştırıyorlar. Telefonlar ve tabletler, doktorların sorunları daha az stresle daha hızlı çözmelerine yardımcı oluyor. Doktorlar, hasta geçmişini en az hatayla kaydetmek için mobil cihazları kullanabilirler. Hasta bilgilerine daha kolay erişirler ve daha az zaman harcarlar. Genel olarak, mobil cihazların sağlık hizmetlerinde kullanımı hekim performansını artırır ve daha iyi hasta bakımı sağlar.

4.5. Tanısal doğruluğu artırır

Hasta kayıtlarını kağıt kullanarak takip etmek sağlık sektörü için büyük bir yük oluşturdu. Bilgisayarlar yükü azaltmaya yardımcı oldu. Mobil cihazlar, kağıt kullanımını ortadan kaldırarak yeni bir dönem başlattı. Bu, tanısal doğruluğun artmasına yol açmıştır. Mobil uygulamalar, reçeteleri ve kararları otomatik olarak kontrol edebilir. Sonuç olarak, reçete hataları önemli ölçüde düşer

4.6. Kolaylık sağlar

Sağlık profesyonelleri, taşınabilir cihazlardan bilgiye hızlı bir şekilde erişebilir. Öğrenciler akıllı telefonlarından uygun şekilde kitap, rehber, yorum ve yeni tıp literatürü ve dergileri bulabilirler. Doktorlar ve hastalar fiziksel toplantılara ihtiyaç duymadan bilgi paylaşabilirler. Teletıp uygulamalarının gelişiyle, video konferansı yapılabilmektedir.

4.7. Özelleştirmeler İçin Sağlamak

Doktorlar her gün çok sayıda hastaya bakar. Mobil cihazlar hasta bakım işlemini kolaylaştırarak büyük miktarlarda yatırım yapmadan doktorlara özel tasarım çözümlerine yardımcı oluyor. Doktorlar profil oluşturmak ve bunları kategorize etmek için hasta verilerini kullanabilir. Mobil cihazların yardımı ile, bu süreç kolaylaşabilir. Dolayısıyla, mobil cihazların rahatlığı, doktorların çok fazla zaman harcamadan hasta profillerini oluşturmasını yardımcı olur.

4.8. Gerçek Zamanlı İletişim

Mobil cihazların sağlık hizmetinde iletişimde kolaylık sağlar. Doktorlar ve hemşireler, hastanın durumunu HD kamera kullanarak uzaktan kontrol edebilir. Mobil cihazların sağlık hizmetlerinde sağladığı faydalar, doktor hasta ilişkisinin ötesine uzanmaktadır. Dünyanın farklı köşelerinden gelen uzmanlar, öğrenmek ve paylaşmak için gerçek zamanlı olarak birbirlerine danışabilirler.

5. SONUÇ

Mobil sağlık sektörü, sürekli büyümeye devam edeceği bekleniyor. 2014 ile 2020 yılları arasında bu büyümenin; %47.6 oranına ulaşılağı tahmin ediliyor [11]. Akıllı telefonların verimli ve kullanışlı cihazlardır. Bu teknoloji daha da yaygınlaştıkça, mevcut e-sağlık hizmetleriyle entegrasyonun düzleştirilmesi ve gelecekte uygun gelişmiş uygulamaların ortak bir program haline gelmesi sağlanacaktır. Bir akıllı telefonun uygun şekilde kullanımı, daha iyi bir hasta-doktor ilişkisi sağlayacaktır. Sağlık sağlayıcıları, geliştiriciler, yazılım mühendisleri ve diğerleri, bu dinamik dünyada Akıllı Telefon teknolojisine adapte olmaya ve katkıda bulunmaya devam edecektir [12].

Bu teknolojinin tıp ve sağlık alanındaki rolü umut verici ve teknolojik açıdan heyecan verici görünmektedir. Sağlık hizmetleri profesyonelleri arasındaki gelişmiş mobil bağlantı ve iletişim, izlemenin yanı sıra, daha iyi tanı kılavuzları, ilaç referansları, literatür taraması ve bakım noktasında devam eden tıbbi eğitim materyalleri içeren kanıta dayalı tıbbın erişimine ek olarak tıbbi bakımın kolaylığı ve geçerliliğine katkıda bulunmuştur. Ayrıca tüm yetkili kayıt kayıtlarına kolay erişim sağlandığı için, bu durum uzaktan danışmanlık ve teletıp ile sonuçlanmıştır. Bu mobil sağlık teknolojilerinin genel kitleler tarafından kolay ve yaygın bir şekilde benimsenmesi, hasta odaklı uygulamalar yoluyla daha iyi bir mSağlık ve mobil teletıp servisinin olanaklarını vurgulamaktadır [13] [14].

Herhangi bir ülkede, mSağlık yatırımları Kamu sektörü dışında çok fazla olması muhtemel değildir [15]. Mobil teknoloji günlük yaşantımızı değiştiriyor. Mobil cihazların sağlık hizmetindeki yararları ve riskleri dikkatli bir şekilde uygulanmalıdır. Uygun standartlar olmadan bunların kullanımı güvensiz uygulamalara ve hasta mahremiyetinin ihlal edilmesine yol açabilir. Sağlık hizmeti sağlayıcıları bu nedenle, hastaları güvende tutarken hizmet kalitesini yükselten bir stratejidir. İyi bir mobil stratejiyle, sağlık hizmeti sağlayıcıları, sağlık hizmeti süreçlerinin iyileştirilmesine neden olabilir [10].

KAYNAKÇA

[1] Istepanian, R.S.H. and Lacal, J.C. (2003). Emerging Mobile Communication Technologies for Health: Some Imperative notes on m-health. Proceedings of the 25th IEEE Annual International Conference: Engineering in Medicine and Biology Society, pp. 1414-1416.

[2] Aue, G. Biesdorf, S. And Henke, N. (2016). How healthcare systems can become digital-health leaders. https://www.mckinsey.com/industries/healthcare-systems-and-services/our-insights/how-healthcare-systems-can-become-digital-health-leaders. Erişim tarihi: Ağustos 20, 2018.

[3] Öcal, S. (2018). Dijital Sağlık Uygulamaları ve Pazarlamaya Katkısı, https://www.brandingturkiye.com/dijital-saglik-uygulamalari-ve-pazarlamaya-katkisi/. Erişim tarihi: Ağustos 20, 2018.

[4] Jahns, Ralf-Gordon. 500m people will be using healthcare mobile applications in 2015. Research 2 Guidance. http://www.research2guidance.com/500m-people-will-be-using-healthcare-mobile-applications-in-2015/. Erişim tarihi: Ağustos 20, 2018.

[5] Healthcare Market Global Briefing Report (2018). https://www.reportlinker.com/p04897320/Healthcare-Market-Global-Briefing.html. Erişim tarihi: Ağustos 21, 2018.

[6] Akıllı telefonlar sağlıkta çağ atlatacak (2018). http://www.internethaber.com/akilli-telefonlar-saglikta-cag-atlatacak-foto-galerisi-1808879.htm. Erişim tarihi: Ağustos 21, 2018.

[7] World Health Organization (2011). mHealth, New horizons for health through mobile Technologies. Global Observatory for eHealth series- volume 3. http://www.who.int/goe/publications/goe_mhealth_web.pdf. Erişim tarihi: Ağustos 22, 2018.

[8] Greenspun, H., and Coughlin, S. (2012). mHealth in an mWorld: How mobile technology is transforming health care. Deloitte Center for Healthcare Solutions. https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/life-sciences-health-care/us-lhsc-mhealth-in-an-mworld-103014.pdf. Erişim tarihi: Ağustos 22, 2018.

[9] C. L. Barton, HLC162a PR: Global Mobile Health Technologies. http://info.bccresearch.com/mobile-health-technologies-and-applications. Erişim tarihi: Ağustos 22, 2018.

[10] Kathooria, M. (2017). Eight benefits of mobile devices in healthcare that you need to know. Kays Harbor Technologies. https://kaysharbor.com/blog/healthcare/8-mobile-device-benefits-in-healthcare. Erişim tarihi: Ağustos 23, 2018.

[11] Yormaz, N. (2015). Mobil Sağlık Sektörü Gelecek Vadediyor. http://www.tekdozdijital.com/mobil-saglik-gelecek-vadediyor-mu.html. Ağustos 23, 2018.

[12] Alexander, G., Hauser, S., Steely, K., Ford, G., and Demner-Fushman, D. (2004). A usability study of the PubMed on Tap user interface for PDAs. Stud Health Technol Inform. 107: 1411-1415.

[13] Hauser, S.E., Demner-Fushman, D., Ford, G., and Thoma, G.R. (2004). PubMed on Tap: discovering design principles for online information delivery to handheld computers. Studies in Health Technology and Informatics. 107: 1430-1433.

[14] Talwar, Y.K., Karthikeyan, S., Bindra, N., and Medhi, B. (2016). Smartphone' - A User-friendly Device to Deliver Affordable Healthcare - A Practical Paradigm. Journal of Health & Medical Informatics 7:232.

[15] Qiang, C.Z., Yamamichi, M., Hausman, V., and Altman, D. (2011). Mobile Applications for the Health Sector. http://siteresources.worldbank.org/INFORMATIONANDCOMMUNICATIONANDTECHNOLOGIES/Resources/mHealth_report.pdf. Ağustos 23, 2018.

Endüstri 4.0 Ve Dijitalleşme Neler Getirecek?

Nevin Aydın[1]

[1] Artvin Çoruh Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, nevin.aydin@gmail.com

Özet: Dijitalleşmenin yakın zamanda hızlı bir şekilde hayatımızda yer alacağı kaçınılmaz. Değişen pazarlar karşısında şirketler, gelecekte daha fazla çeşitli ürün geliştirmeye çalışmalıdır. Dijitalleşme ile rekabet artmaya devam edecektir. Bu nedenle şirketler staretejilerini daha da güçlendirmelidir. Dijitalleşmeyi başlatan işletmeler, dünyada yeni bir dönemide başlatıyorlar. Dijitalleşme en yalın ifadeyle manuel olarak oluşturulan verilerin bilgisayar ortamına ya da dijital ortama aktarılması şeklinde ifade edilebilir. Bilgi Teknolojileri sayesinde süreç daha hızlı ilerler ve verilere erişim ve kaynak yönetimi kolaylaşır. Gelişen teknolojiler sayesinde, artan veri iletişimi ve genişleyen bilgi ağları günlük hayatı değiştirerek, ürünlerin kullanım sürelerini, hizmet alanlarını, iş modellerini, makine kullanımını zamanlarını, daha da ötesi sosyo-ekonomik standartları değiştirecek güç ve etkiye sahip olacaktır. Dijitalleşmenin amacı müşteriye daha güzel bir deneyim yaşatmaktır.

Anaktar Kelimeler: Endüstri 4.0, Dijitalleşme, Dijital strateji

Industry 4.0 And What Will Digitization Bring?

Abstract: It is inevitable that digitalization will soon take place in our lives. In the face of changing markets, companies should try to develop more diverse products in the future. Competition within digitization will continue to increase. For this reason, companies should further strengthen their strategy. The businesses that started digitalization are essentially starting a new era in the world. In the simplest terms, digitization can be expressed as the transfer of manually generated data to a computer or digital medium. With Information Technologies, the process moves faster and access to resources and resource management become easier. With evolving technologies, increasing data communication and expanding information networks will have the power and influence to change daily life, product usage times, service areas, business models, machine usage times, and even more socio-economic standards. The aim of the digitalization is to provide the customer a better experience.

Keywords: Industry 4.0, Digitalization, Digital strategy

1. GİRİŞ

Dünya hiç olmadığı kadar hızlı değişiyor. Nesnelerin İnterneti (IoT), mobilite, bulut, büyük veri, artırılmış gerçeklik, blockchain, sosyal medya, dijital müşteri katılımı ve BT destekli iş süreçleri ön planda yer alıyor. Birçok sektörde, dijital teknolojiler eşi görülmemiş bir değişiklik ortaya koymakta ve yaşamlarımızı hiç beklemediğimiz şekillerde değiştirmektedir.Büyük miktarda bilgiyi daha iyi kullanmak için şirketler tüm süreçleri ve cihazları ağlara bağlamaya başladılar. Dolayısıyla dijital platformlara odaklanıldı. Şirketler yeni dijital yöntemler kullanarak, verileri daha etkili bir şekilde kullanarak, daha büyük bir çeviklik yaratmaya ve yeteneklerini en iyi şekilde kullanmaya çalışıyorlar.

Gartner dijital dönüşümün geleceğimizi şekillendireceğine inanıyor. Gartner, 2021 yılına gelindiğinde, fiziksel, finansal ve sağlık dünyalasının dijital hale geleceğini, tahmin ediyor. Mobil uygulamalar ve ödemeler, akıllı araçlar ve dijital ekosistemler, hayatımızın bir parçası haline gelecek görünüyor [1].

Dijital dönüşümün popülaritesine damgasını vuran Uluslararası Veri Şirketi (IDC), dijital dönüşüm hakkında tahminlerde bulunarak, 2018 yılı sonunda, şirketlerin en az % 40'ının dijitalleşmeye sahip olacağı tahmin ediliyor. Ayrıca bazı tahminler şunlardır [2]: 2019'un sonuna kadar, dünya çapında dijital dönüşümler için 1.1 trilyon dolar harcadığında, 2017'ye göre %42'lik bir artış olacağı tahmin ediliyor. 2019 yılı sonuna kadar, dijital dönüşümler geçiren kurumlar, artırılmış gerçeklik (AR), Sanal Gerçeklik (VR) ve internet dahil olmak üzere, "ticaretin geleceği" iş modellerinden sermayelerinin en az %45'ini oluşturacaktır.

2019'a kadar, işlemlerin sadece %1'i kişisel dijital yardımcılar ve robotlar kullanılarak tamamlanacak, ancak satışların %10'undan fazlası bunlardan etkileneceğinden, bu tür teknolojilerin kullanımı konusunda beceri sahibi insan kaynakları üreten şirketlere yol açacaktır. 2019'a gelindiğinde, dijital dönüşüm girişimlerinin neredeyse %40'ı, rasyonel / Yapay Zeka yeterlilikleri ile sürdürülecek ve yeni iş modelleri için uygun ve analitik bilgiler sunulacaktır.

2. ENDÜSTRİ 4.0

Endüstri 4.0, günümüzde akıllı üretim ile endüstriyel pazarların (sanayi dönüşümü) dijital dönüşümüdür. Endüstri 4.0, ayrık ve süreç üretimi, lojistik ve tedarik zinciri (Lojistik 4.0), kimya endüstrisi, enerji (Enerji 4.0), ulaştırma, kamu hizmetleri, petrol ve gaz, madencilik ve metaller, kaynak endüstrileri, sağlık hizmetleri, ilaç ve hatta akıllı şehirler diğer segmentlerde dördüncü sanayi devrimini temsil etmektedir [3]. Endüstri 4.0 dönüşümünü gerçekleştirmek için gerekli olan şirket içi ve şirket dışı ekosistemi yönetecek olan iş gücünün çok yönlü düşünebilmesi, değerin nerede yaratılacağı ve nasıl yakalanacağını anlamasını sağlayabilir. Bunun içinde dört temel kavrama ihtiyaç bulunmaktadır [4].

2.1.Tüketici Talebindeki Değişim

Tüketicinin gücü giderek artmaktadır. Kitle kaynak kullanımı, kişiselleştirme, özelleştirme ve birlikte yaratma trendleri ile birlikte niş segmentlerin ihtiyaçları karşılanmaya başlandı.

2.2.Ürünlerin Doğasındaki Değişim

Ürünleri ürün yapan bileşenler artık radikal ölçüde değişiyor. Öncelikle modüler ve ürünlerin akıllı olmaları ile değer zincirinde üretimden satışa/servise tüm değer odağını değiştiriyor. Ürünlere sahip olmaktansa kullanım hakkına sahip olmak ürünün fiziksel odağını hizmet odağına çeviriyor. Ayrıca gelecekte yazılım bileşeni olmayan ürünlerin sürdürülebilirliğinin olmayacağı öngörülmektedir.

2.3.Değer Zinciri Ekonomisi

Değer zincirindeki en önemli değişim her zaman aracıların (intermediaries) ortadan kalkması yönünde olmaktadır. Değer zincirinde sadece stok tutan şirketler artık yavaş yavaş ortadan kalkıyor. Hiç beklenmedik endüstrilerde tüketiciler ile direkt etkileşim ortaya çıkıyor. Diğer büyük değişim ise fikirden pazara olan sürecin kısalması yönünde oluyor.

2.4. Üretim Ekonomisi

Üretimin şekli de zaman içinde değişim gösteriyor. Artık eskiden üretilmesi imkansız görülen şekiller üretilebiliyor, daha güçlü ürünler üretilebiliyor, daha hafif ürünler üretilebiliyor. Katmanlı üretim ile AR-GE süreçleri daha hızlı ve daha etkin maliyetle yürütülebiliyor. Robotlar daha etkin, daha esnek; robotlar insanların yerini almak yerine insanlara yardım eden formatta üretimde yerini alıyor ve öğrenebilen robotlar ortaya çıkıyor. Üretim ekonomisini değiştiren çok fazla etkenle birlikte yeni üretim modelleri ortaya çıkıyor.

3. DİJİTALLEŞME NEDİR

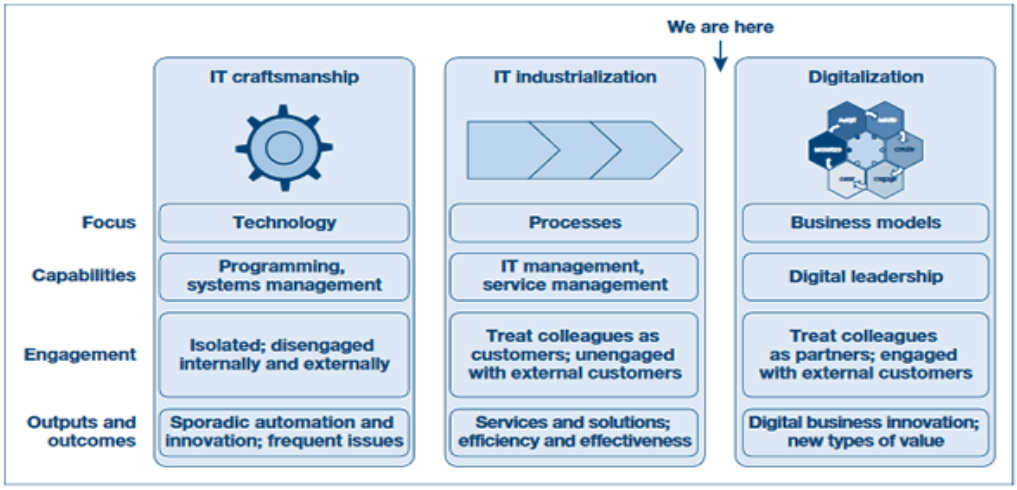
Dijital dönüşüm, dijital teknolojilerin bir karışımının değişimini ve fırsatlarını tam olarak kaldıracak iş ve organizasyonel faaliyetler, süreçler ve modeller ile mevcut ve gelecekteki vardiyalar göz önünde bulundurularak stratejik ve öncelikli bir şekilde toplumdaki hızlanan etkilerinin derinden dönüşümüdür. Dijitalleşme, işlemleri veya iş akışlarını dijital hale getirme ve otomatikleştirme hedefi ile fiziksel bir öğenin analogtan dijital veya dijital gösterime dönüştürülmesidir. İşletmenizin dijitalleşmesi dijital ticarete yol açar. Genel olarak, dijitalleşme, dijital iş ve dijital dönüşüm yolunda ilerlemenin yanı sıra, yeni dijital gelir kaynaklarının ve tekliflerin oluşturulmasının yolu olarak görülmektedir.

Dijitalleşmenin ikinci anlamı, belirli bir "ortam" veya iş alanının dijitalleşmesidir.

Dijitalleşmenin üçüncü anlamı, işin ötesine geçmekte ve tüm olası toplumsal ve insani faaliyetlerde dijital teknolojilerin sürekli olarak benimsenmesi anlamına gelmektedir. Dijital bir çalışma alanı iş gücünüzün farklı bir şekilde çalıştığı anlamına gelir; bu sayede, mobil cihazlar ve onları mobil hale getiren ve / veya dijital sistemler olan ve daha dijital bir şekilde çalışmasını sağlayan birleşik iletişim platformları kullanan mobil cihazlar ve teknolojiler gibi dijital araçlar kullanılır. Bu da, yeni fırsatlar yaratır. Örneğin, giderek artan dijital müşteri, dijital sağlık hizmetlerinin yükselişi, hükümetin artan dijitalleşmesi, pazarlama, müşteri hizmetleri vb [5].

Bir işletmenin dijitalleşmesi işletmenin sahip olduğu bütün verilerinin dijital ortama geçirilmesi ve küresel pazarlarda yeni fırsatlarla yönetilebilmesidir.

Şekil 1. Digitalization according to Gartner end 2013.



Kaynak: Taming the Digital Dragon: The 2014 CIO Agenda Insights From the 2014 Gartner CIO Agenda Report [6].

4. DİJİTAL STRATEJİ

Dijital bir dönüşüm stratejisi, yeni teknolojileri, fırsatları ve bunların etkisini daha hızlı, daha iyi ve gelecekte daha yenilikçi bir şekilde tam olarak kullanma yeteneklerini sunmayı amaçlamaktadır. Dijital bir dönüşümde yol haritası ile aşamalı bir yaklaşıma ihtiyacı vardır. Bu yol haritası, son hedefleri dijital dönüşüm olarak değişmeye devam eder [5].

Dijital, satın aldığınız bir dizi teknolojiden daha fazlasıdır. Dijital insan performansını yükseltmek için bilgi ve teknolojinin uygulanmasıdır. İnsan performansı, dijital dönüşümün özüdür. Büyük ölçüde kısa vadeli faydalar sağlayan maliyetini düşüren, ancak ekonomiyi ve büyümeyi azaltan dijital yatırım verimlilik için alternatifler sağlar. Dijital yatırımlar, insanların hedeflerine ulaşma kabiliyetlerini artıracak şekilde yaptıkları şeyleri değiştirmektir [7].

Son zamanlarda, mevcut ürünlere, uygulamalara ve süreçlere yeni teknolojiler uygulamak kaçınılmazdır. Bu anlamda dijital strateji, BT stratejisine çok benzeyen hangi teknolojilere yatırım yapacağınızı gösteren dijital dünyada bir yol haritasıdır. Dijital strateji, BT stratejisi değildir ve farklı bir yaklaşım gerektirir. İşletmeyi dijital ortamda, özellikle de pazarlama alanında dönüştürmek, değişen tüketici beklentilerine cevap verebilmek şeklinde anlam ifade eder [7].

5. ALTI ÇEŞİT DİJİTAL STRATEJİ [8]

5.1 Platform oyunu: Firmaların üçte biri, sektörün değer zincirini yeniden tanımlama girişiminde, müşteriler ve tedarikçiler, daha doğrudan etkileşime girebilir ve ağ etkilerinden yararlanabilir. Platformlar, değerin bir değer zincirinde dağılma şeklini kökten değiştirecek güce sahiptir.

5.2 Yeni marjinal tedarik: Yerleşik firmaların %13 den daha küçük kısmı, daha önce erişilemeyen bir tedarik kaynağına, genellikle her zaman olmasa da, bir platform oyunuyla birlikte, önceden erişilemeyen tedarik kaynaklarına girmek için dijital teknoloji kullanıyordu. Örnek olarak, her ikisi de kendi müşterileri için çevrimiçi bir bayi seçeneği sunan İsveçli perakendeciler H & M ve Ikea, kullanılmış, markalı ürünleri birbirlerine satmalarını sağlıyor.

5.3 Dijital olarak etkinleştirilmiş ürünler ve hizmetler: %55 gibi bir orandaki diğer şirketler, genellikle yeni talebe hizmet etmek için dijital özelliklere sahip yeni ürünler veya hizmetler oluşturmak için dijital teknoloji kullanıyorlar.

5.4 Yeniden düzenleme ve özelleştirme: Şirketlerin diğer %60'ı, mevcut müşterilere daha iyi hizmet vermek için ürünlerini veya hizmetlerini desteklemek amacıyla dijital teknolojiyi kullanıyor. İnsanların okuma listelerini kişiselleştirebileceği ve okuduğu içeriği düzenleyebildiği New York Times tarafından oluşturulan haber içerikli ödeme duvarı iyi bir örnektir.

5.5 Dijital dağıtım kanalları: Çoğu firma, neredeyse %60'ı müşterilerinin ürünlerine ya da hizmetlerine daha kolay erişmesini sağlamak için dijital dağıtım kanallarına yatırım yapıyor.

5.6 Maliyet verimliliği: Baktığımız şirketlerin neredeyse yarısı, maliyetlerini, genellikle otomasyon veya maliyet ölçeklemesi yoluyla geliştirmek için dijital kullanıyordu. Operasyonel mükemmeliyetin norm olduğu bir çağda, bu strateji, karşılaştırmalı bir avantaj kaynağı yaratmaktan ziyade hayatta kalmayı hedefliyor gibi görünüyor. Başarılı şirketlerin, Başarılı dijital dönüşümler sayesinde, maliyet verimliliğine ve yeni ürünlere ya da yeni müşterilere daha fazla odaklanmıştır.

6.DİJİTALLEŞME İLE NELER DEĞİŞİYOR

Bugün müşteri beklentileri çok farklı. Bir müşterinin mağazaya girmeden önce, satın alma işlemlerinin yaklaşık yüzde 80'inin çevrimiçi olarak araştırıyor. Birçok müşteri çevrimiçi satın almayı daha fazla kullanıyor.

İleri teknoloji, BT çözümleri sunmanın maliyetinin her zaman azaltmasıdır. Dijital, birçok sektörde rekabet ortamını değiştiriyor. Bazı ülkelerde şirketlerin farklı işlere girdiklerini görüyoruz. Dijitalin izin verdiği bir şey, "tak ve çalıştır dinamikleri" olarak adlandırdığım şey, şirketlerin her şeye sahip olmak yerine değer zincirinin belirli alanlarında yer almalarıdır. Bunun nedeni, dijitalin farklı servislerin daha hızlı ve ucuz bir şekilde yapılmasına izin vermesidir. Dijital şirketler BT altyapısında doğru yatırım ölçeğini oluşturuyorlar. Esnek bir BT altyapısına sahip olmayan şirketlerin dijital dünyaya ayak uydurmaları çok zordur. Bu şirketlerin kendilerini yenilemeleri gerekmektedir. Örnek vermek gerekirse: sorunsuz bir müşteri deneyimi yaratmak isteyen bir bankanın pazarlamayı değiştirmesi, ürünlerde değişiklik yapması, dağıtımda değişiklik yapması ve işlem ve teknolojide değişiklik yapması gerekiyor [9].

7. DİJİTALLEŞMENİN İŞLETMELERE GETİRECEĞİ YARARLAR

Endüstri Devrimi'nden sonra makineleşme iş gücünü önemli ölçüde azaltıp verimliliği ve üretimi arttırmıştır. Endüstri 4.0 ve Nesnelerin İnterneti (IoT) ile dijitalleşme iş dünyasında yeni bir dönem başlatmaktadır. Dolayısıyla işletmelerin veri ve kaynak yönetimi dijital ortamda daha kolay erişilebilir duruma gelmiştir. İşletmelerde çalışan sayısı arttıkça dijitalleşmenin önemi artarak, çalışanların bilgilerinin ve verilerin depolanması, büyük önem kazanmaktadır. Bu nedenle tüm verilerin dijital ortamda yönetilmesi hem zamandan hem de iş gücünden tasarruf sağlayarak işletmelerin işini kolaylaştırıyor [10]. Günümüzde insan kaynakları, üretim, satış ve pazarlama bölümleri faaliyetlerini daha etkin kullanabilmek için dijital ekiplerden yararlanmaktadır. Dijital ekipler kendi bölümlerine ilişkin verileri dijital ortamda saklayarak işletmenin verimliliğini artırırlar.

8. İMALAT SANAYİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Ortaya konulan politika ve strateji önerilerinin amaçı imalat sanayinde dijital dönüşümü gerçekleştirebilmektedir. Bu bağlamda işletmelerin dijitalleşme sürecinden maliyet düşürme, gelir artışı, yeni iş modellerinin geliştirilmesi, piyasaya daha hızlı bir şekilde ürün sürebilme gibi beklentileri bulunmaktadır. Dijital dönüşümde süreçlerin değiştirilmesi gerekmektedir. Süreçlerin değiştirilmesiyle daha az kaynak kullanılarak daha iyi ürün veya hizmetin tüketiciye sunulmasıdır. Süreçlerin iyileştirilmesiyle aşırı üretim, fazla stok, fazla hareket, fazla taşıma, aşırı işlem, kusurlu ürün, fazla bekleme süresinin ve kapasitenin altında çalışma israfı ortadan kaldırılmalıdır [11]. Dijital dönüşüm ile yol haritalarının ortaya konulması dijitalleşmede öncelikli olarak hangi adımları izlenmesi gerektiğini ortaya koyarak maliyetlerde düşme sağlayacaktır. Yol haritası hazırlanırken dijital dönüşümün sunacağı riskler ve fırsatlar doğru bir şekilde ortaya konulmalıdır. Sonuç olarak işletmenin hangi alanlarda dijital dönüşüme ihtiyaç olduğu net bir şekilde ortaya konulabilecektir. Diğer taraftan dijital dönüşümün sağladığı en büyük faydalardan biri olan verimliliğin en üst düzeyde sağlanabilmesi için değer zincirinin tamamının dönüştürülmesine ihtiyaç vardır [11] [12]

9. TÜRKİYE'NİN DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜNDE ENDÜSTRİ 4.0

Endüstri 4.0 sensörler, nesnelerin interneti (IoT) ve robolardan ibaret değil. Aynı zamanda IoT odaklı ortaya çıkan yeni nesil endüstriyel çağ kavramı, son zamanlarda ortaya çıkan katmanlı üretim (3D baskı), robotik, zenginleştirilmiş gerçeklik, yapay zeka gibi konuları da kapsamına alarak endüstrileri yeniden şekillendirecek eksponansiyel teknolojileri içerir [10].

Dijital dönüşüm, bir şirketin operasyonel modelini bir üst seviyeye taşımak ve şirketin büyümesini sağlamayı hedefliyor: Bu dönüşümü gerçekleştirmek için Türkiye'nin önünde fırsatlar ve engeller bulunmaktadır. Almanya ve ABD gibi gelişmiş ülkelerin önündeki en büyük engel geleceğin fabrikalarını yönetecek işgücüdür.

- Ülkemizde toplam çalışan nüfus içinde mühendislerin oranı %1'in altında. Bu oran Almanya'da %3, Finlandiya'da %3, ABD'de %2, Polonya'da %1.5, İspanya'da %1.5.
- Bir yılda mezun olan mühendis sayısı Türkiye'de 85 bin. Kore 165 bin, Vietnam 100 bin, İran 230 bin. Bu istatistiklere göre Türkiye'de oran daha düşüktür.

Türkiye'nin önündeki, kritik sorular:

- Çin'deki düşük üretim maliyetlerine rağmen Türkiye Avrupa'ya yakınlığı ile rekabet gücünü sürdürebilir
- Yatırımın geri dönüşüne ilişkin güven unsuru henüz sağlanmamış durumda.
- Endüstri 4.0'a ilişkin pilot uygulamalar hayata geçmiş olsa da şirket içi ve sektörlerde yaygınlaşması istenen ölçekte değil.
- Daralan kar marjları ile bu dönüşüm nasıl finanse edilecek?
- Talep tahmini, üretim planına uyum, tam ve zamanında sipariş karşılama gibi temel tedarik zinciri süreçlerinde iyi durumda değil.
- Birçok şirkette kurumsal kaynak planlama (ERP) ve üretim yönetim sistemleri (MES) altyapıları henüz yeterince hazırlıklı değil [4].

10. SONUÇ

Dijitalleşme şirkete değer katacak operasyonel süreçlerin yaratılması, verimliğin artırılması maliyetlerin düşürülmesi ve müşteri memnuniyetinin sağlanması kavramıdır. Dijital dönüşüm tedarik zincirinden finansa, insan kaynaklarından ürün döngüsüne yayıldığı ölçüde başarılı olabilir. İnsanların kendilerini özgürce ifade ettiği dijital platformlardaki bilgiyi; geçmişin bugünün ve hatta geleceğin bir göstergesidir. Kurumların sürdürülebilir performansı, çalışan memnuniyeti paradan daha önemli duruma gelmiştir [13].

Şirketlerin dijital dönüşüm sürecine girerek rekabetçi kalabilmeleri için imalat sanayinde verimlilik, hız, kalite ve esneklik yönünden önemli avantajlar yaratmaları zorunluluk olarak görmektedirler. Dünyanın artan entegrasyonu ve dijital dönüşüm, teknoloji ve iş dünyası için hayal edilemeyen bir potansiyel üretmektedir. Dijital işletmeler web, mobil uygulama ve çevrimdışı etkileşim arasındaki yeri, bütünsel müşteri deneyimleri oluşturarak dolduracaklardır. Bu bağlamda Dijitalleşme, rekabetin seyrini değiştirecektir.

4.0 Endüstri devrimini kısaca sanayinin dijitalleşmesi olarak adlandırabiliriz. Ancak bu sadece bir üretim hattının, bir faaliyetinin değil, bir şirketin bütün çalışma ve süreçlerinin dijitalleşmesi olarak düşünülmelidir [14].

Dijitalleşme verim, güven ortamı sağlayarak düşük maliyet, yüksek karlılık hedeflerine ulaştırır. Çalışanlarına değer katar işleri kolaylaştırır. Mobil uygulamalar, akıllı araçlar, finansal sistemler, sağlık sistemleri dijital hale gelerek hayatımızın bir parçası olacaktır. Dijital dönüşümün etkisiyle günlük yaşantımızda değişen bir dünyada yaşıyoruz. Mobilin ortaya çıkışı ile mağazalara giderek ürün satın alma yerini internet üzerinden, araştırma, karşılaştırma ve ödeme yapma gibi alışkanlıklar yerini aldı. Yeni dijital dünyada, müşteri beklentileri değişiyor. Artan şeffaflık ve karşılaştırma avantajı tüketicilerin beklentilerini büyük ölçüde değiştiriyor. Yeni teknolojilerin kullanımı müşteri deneyimini ölçmeyi, analiz etmeyi ve şekillendirmeyi gerçek zamanlı olarak yapılabiliyor. Müşterinin beklentilerini anlamak, müşteri deneyiminin başarısını ölçümlemek çok daha önemli hale geldi.

KAYNAKÇA

[1] Digital Transformation: History, Present, and Future Trends (2016). https://auriga.com/blog/2016/digital-transformation-history-present-and-future-trends/. Erişim tarihi: 1 Eylül, 2018.

[2] Gupta, G. (2018). Digital Transformation: The Present and the Future, https://blog.squareboat.com/digital-transformation-the-present-and-the-future-99c3e2c91546. Erişim tarihi: 3 Eylül, 2018.

[3] Industry 4.0: the fourth industrial revolution – guide to Industrie 4.0 https://www.i-scoop.eu/industry-4-0/. Erişim tarihi: 3 Eylül, 2018.

[4] Göl, H. (2018). Türkiye'nin Dijital Dönüşümünde Endüstri 4.0. https://medium.com/deloitte-turkey-digital/t%C3%BCrkiyenin-dijital-d%C3%B6n%C3%BC%C5%9F%C3%BCm%C3%BCnde-end%C3%BCstri-4-0-bf17182d8b1e. Erişim tarihi: 2 Eylül, 2018.

[5] i-scoop. Digitization, digitalization and digital transformation: the differences. https://www.i-scoop.eu/digitization-digitalization-digital-transformation-disruption/. Erişim tarihi: 5 Eylül, 2018.

[6] Gartner (2014). Taming the Digital Dragon: The 2014 CIO Agenda Insights From the 2014 Gartner CIO Agenda Report. https://www.gartner.com/imagesrv/cio/pdf/cio_agenda_insights2014.pdf. Erişim tarihi: 5 Eylül, 2018.

[7] McDonald, M. (2015). What is a digital strategy? https://www.accenture.com/us-en/blogs/blogs-digital-what-is-digital-strategy. Erişim tarihi: 6 Eylül, 2018.

[8] Bughin J. and Van Zeebroeck, N. (2017). 6 Digital Strategies, and Why Some Work Better than Others, https://hbr.org/2017/07/6-digital-strategies-and-why-some-work-better-than-others, Erişim tarihi: 6 Eylül, 2018.

[9] Willmott, P. (2014). Digital strategy. https://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/digital-strategy. Erişim tarihi: 7 Eylül, 2018.

[10] Bircan, G. (2017). Dijitalleşme Nedir? https://www.voltimum.com.tr/haberler/dijitallesme-nedir. Erişim tarihi: 7 Eylül, 2018

[11] Goetsch, D. L. and Davis, S. (2016). Toplam Kalite Yönetimi Toplam Kaliteye Giriş. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık. ISBN: 9786053204749.

[12] Öztürk, S. (2018). İmalat Sanayinin Dijital Dönüşümü. http://anahtar.sanayi.gov.tr/tr/news/imalat-sanayinin-dijital-donusumu/9630. Erişim tarihi: 5 Eylül, 2018.

[13] Aksakal, E. (2017). Tamamen dijitalleşme http://digitalage.com.tr/makale/tamamen-dijitallesme/. Erişim tarihi: 8 Eylül, 2018.

[14] İren, D. (2018). Dördüncü Endüstri Devrimi Sanayinin Dijitalleşmesi. http://www.endustri40.com/dorduncu-endustri-devrimi-sanayinin-dijitallesmesi/. Erişim tarihi: 4 Eylül, 2018.

Endüstri 4.0: Ulaşım Lojistiğinin Değişen Yüzü

Nevin Aydın[1]

[1]Artvin Çoruh Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, nevin.aydin@gmail.com

Özet: Günümüz toplumunda teknoloji, benzeri görülmemiş bir hızla değişiyor. Lojistik Endüstriside daha teknolojik bir geleceğe doğru ilerlerken birçok şeyi değiştirmiştir. Dolayısıyla, Bilgi Teknolojileri ile, fiziksel ve sanal dünyanın birleşmesini sağlayan Nesnelerin İnterneti, ulaşım araçlarıyla bağlantı kuran, hatasız ve daha verimli süreçleri ortaya çıkarmaktadır. Endüstri 4.0, işletmelerin gelecekteki rekabetle yüzleşmeye uygun olmasını sağlayan Bilişim Teknolojileri ile üretim teknolojisi arasında yakın bir ilişkiyi amaçlayan gelecekteki üretimin yeni bir ismidir. Endüstri 4.0'a bağlı değişim olarak hem kendi aralarında hem de genel olarak İnternet ile, üretim ve lojistik süreçlerine gömülü IT sistemleri ağlarına verilen değer gün geçtikçe artmaktadır. Şirketlerin tüm değer zinciri ağlarını yönetmek ve optimize etmek için otomasyon ve entegrasyonun gittikçe daha hızlı ve yaygın olarak kullanılmasıyla ortaya çıkan, akıllı izleme ve kontrol teknolojileri kendi kendini düzenleyen üretim sistemlerinin ve süreçlerinin geliştirilmesiyle, birbirleriyle iletişim kurabilecek ağ bağlantılı üretim tesislerinin uygulanmasına odaklanılmaktadır.

Anaktar Kelimeler: Endüstri 4.0, Nesnelerin İnterneti (IoT), 3D Baskı, Drone Teslimatı, Depodaki akıllı ulaşım sistemleri

Industry 4.0: Changing Face of Transportation Logistics

Abstract: In today's society, technology is changing at an unprecedented pace. Logistics Industry has changed many things while moving towards a technological future. Therefore, the Internet of Things, which provides the unification of physical and virtual worlds with Information Technologies, reveals error-free and more efficient processes that connect with means of transportation. Industry 4.0 is a new name for future production aimed at a close relationship between Information Technology and manufacturing technology, which allows businesses to be confronted with future competition. The value given to the networks of IT systems embedded in production and logistics processes, both as a result of the change in Industry 4.0 and between the Internet as a whole, is increasing day by day. The focus is on implementing networked production facilities that can communicate with each other by developing self-regulating production systems and processes with intelligent monitoring and control technologies, resulting from the increasingly faster and widespread use of automation and integration to manage and optimize all value chain networks of companies.

Keywords: Industry 4.0, Internet of Things (IOT), 3D Printing, Drone Delivery, Intelligent Transportation Systems

1. GİRİŞ

Lojistik Bilgi teknolojisiyle gelişen bir pazardır; Birçok faktör, şirketin geleceğini ve onların taşımacılık şirketlerinden ne isteyeceklerini şekillendiriyor. Tedarik zinciri yönetiminin ayrılmaz bir parçası olan lojistik, iş dünyasında meydana gelen değişimlerle birlikte gelişti. 1980'lere kadar, lojistik fazla önem taşımayan bir alan olarak görülüyordu, ancak 80'lerin ortasında, ERP sistemleri veri analizi ve otomasyonda değişiklikler oldu. 2000'lerde tedarik zinciri kullanımının ve iletişiminin artması, mobil cihazların ortaya çıkması, şirketlerin küreselleşmesi çevrimiçi satışların başlaması yeni bir süreci başlattı.

Lojistik geleceği yenilik ve teknoloji ile şekillemiştir. Günümüzde endüstri, bu teknolojileri daha hızlı, daha ucuz, daha güvenilir ve sürdürülebilir bir şekilde sunmak için dikkatlice uyarlamaktadır. Aynı zamanda, başta üreticiler ve perakendeciler olmak üzere müşterileri, 3PL lojistik tedarikçilerinin bu yeni teknolojileri hizmetlerine entegre etmeleri için zaman harcamayacaktır; Nesnelerin İnterneti (IoT) gibi bu devrimsel teknoloji, cihazların insan müdahalesi olmaksızın mevcut bir internet altyapısı içinde birbirleriyle iletişim kurmasını sağlar, bazı 3PL şirketleri şu anda makineden makineye (M2M) teknolojiyi kullanıyor. Lojistik gelecekteki uygulamasının hızını artırması, israfı azaltması ve genel maliyetleri düşürmesi bekleniyor [1].

Özellikle büyük şirketlerin lojistikle ilgili yeni önlemlere ve iş alanlarına geçiş yapması dikkat çekiyor. Amazon ve AliExpress gibi firmalar gönderimlerini kendileri yapmaya hazırlanıyor. Amazon bir gün önce teslimat yapabilmek için kendi lojistik zincirini oluşturuyor; uçak, gemi ve tır yatırımları yapıyor. Teslimat süresini kısaltabilmek amacıyla gemileri depo olarak kullanarak insansız hava araçlarıyla (drone) ürünlerini taşımayı hedefliyor.

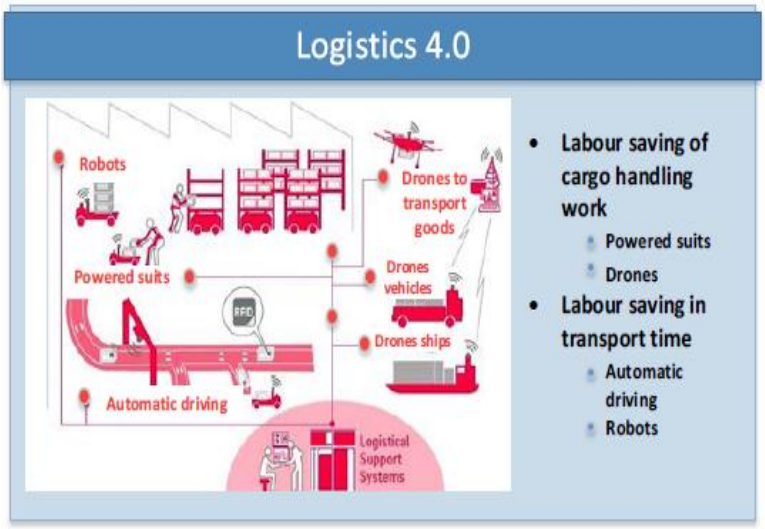
Sektörü etkileyen bu evrimsel sürecin sonunda, dünya çapında hizmet veren dev firmalar lojistik hizmetlerini kendi bünyelerinde gerçekleştirmek üzere harekete geçmiş durumda. Lojistik sektörü bu gelişmeler karşısında etkin davranarak birbirinden farklı ürün özelliklerine ve yeni teknolojilerle belirlenecek yeni iş yapma

yöntemlerine uygun iş süreçlerine yöneliyor. Tedarik zincirinin süreçlerinden biri olan lojistikte süreçler değişecek. Gelecekte lojistikte kamyon taşımacılığının yerini büyük drone'lar alacak.

2. LOJİSTİK 4.0

İşletmelerin küresel pazarlara uyum sağlayabilmeleri için üretimden dağıtıma kadar tüm yaşam döngüsü içerisinde hem sanal hem de fiziksel yapılara gereksinimleri vardır. Endüstri 4.0; kişiselleşmiş ürün ve hizmetlere olan talebin artmasıyla tedarik zinciri süreçlerinde de (tedarik ve sevkiyat lojistiği) değişiklik olmuştur. Lojistik 4.0 olarak adlandırılan bu süreçte iki temel faktör; yük taşıma süreçinde ve taşıma zamanında işgücü tasarrufudur [2].

Şekil 1. Logistics 4.0



Kaynak: The Challenges of Logistics 4.0 for the Supply Chain Management and the Information Technology [2].

3. LOJİSTİK GELECEĞİNİ ŞEKİLLENDİREN 4 TEKNOLOJİ

3.1 3D Baskı

Tüketici seçili bir ürünü Amazon'dan sipariş ettiğinde teslimat yerine en yakın kamyon 3D yazıcı ile ürünü bastırarak depolamaya ihtiyaç duymadan ürünü müşteriye teslim etmektedir [3]. Ayrıca, katı üretim (Additive Manufacturing) veya (3D Printing) olarak da adlandırılan 3D baskı (3DP), dijital dönüşümün ve gelişen tedarik zincirlerinin en önemli halkalarından biridir. Geleneksel üretim ve lojistik sektörlerini dramatik bir şekilde değiştirme potansiyeline sahiptir (Additive Manufacturing (3D printing) [4]. Önde gelen lojistik sağlayıcılar, 3D baskı teknolojisi de dahil olmak üzere, küresel olarak daha verimli, daha yerel odaklı ve daha bağlantılı hale gelmek için sürekli yeni fırsatlar araştırıyorlar. 3D baskı ve lojistik endüstrileri arasındaki ilişki, günden güne büyüyor. Bazı yönlerden, 3D baskının lojistik ve tedarik zinciri yönetimi alanına entegrasyonu, kaçınılmaz bir gelişme gibi görünmektedir. Dolayısıyla, 3D baskı kendini üretime devrim niteliğinde bir yenilik olarak kanıtladı, bu yüzden potansiyel uygulamalarının dağıtım sürecinde araştırılması önemli bir adım gibi görünüyor [5].

3D Printing' veya 'additive manufacturing', yirminci yüzyılın başlarında Amerika'da montaj hatlarının tanıtılmasından sonra küresel sanayiyi etkileyecek en büyük potansiyeline sahiptir. Küreselleşme ile, büyük miktarlarda tüketici malları Uzak Doğu'dan Batı pazarlarına uluslararası olarak taşınmasıyla, nakliye hatlarından, havayolu şirketlerinden ve yük taşımacılığında değişiklikleri ortaya çıkarmıştır.

Dünyanın dört bir yanına ürün gönderen küresel lojistik şirketlerinin geliştirme potansiyeli artmaktadır. McKinsey, küresel 3D baskı pazarının önümüzdeki on yılda üssel olarak artacağını ve 2015 yılında yaklaşık 4 milyar dolar iken 2025 yılına kadar 180 milyar dolar ile 490 milyar dolar arasında katlanacağını tahmin ediyor [6].

3D baskıdan ilk etkilenen servis parçaları lojistik sektörü olacak. Şu anda yedek parçalar, makinelerin mümkün olduğu kadar çabuk ve hızlı çalışabilmesi için parçaların gönderilmesini sağlamak üzere tedarik zincirlerine yerleştirilmiştir. 3D baskının ortaya çıkmasıyla, servis parçaları 3D yazıcı kullanılarak yazdırıldığı ve

şekillendirildiği bir süreçtir [7]. Müşterilerinin tüm tedarik zincirlerine yakınlığı göz önüne alındığında, 3D baskı çözümlerinin ihtiyaçlarını tanımlamak ve iş ortaklarına yeni iş modellerini tanımlamada yardımcı olmak için benzersiz bir şekilde konumlandırılmıştır. 3D baskının yıkıcı doğası, özellikle son derece karmaşık ve özelleştirilmiş ürünler üreten endüstri segmentlerine odaklanmıştır. Lojistik gelecekteki talebini etkileyebilecek önemli değişiklikleri gerektirir. Lojistik sağlayıcılar bu değişimi benimsemeli ve 3D baskının küresel tedarik zinciri dinamikleri üzerindeki etkilerini tahmin etmelidir. Bu onların daha geniş değer zincirindeki rollerini güçlendirmek ve müşterilerine yeni çözümler sunmak için değişikliklere ihtiyaçları olacaktır [8].

3 boyutlu baskı teknolojisi, üreticilerin, diğer işletmelerin ve hatta bireylerin metal, plastik, kompozit malzemeler ve hatta insan dokusu kullanarak parça ve ürünlerin tam çalışma kopyalarını basmalarını mümkün kılar. Lojistik üzerindeki etki önemli olacaktır. Bir fabrikada üretilen bir araba yaklaşık 30.000 parçaya sahip, 3 boyutlu bir basılı araba sadece 50 parçaya sahip. 3 boyutlu baskı, dünyanın dört bir yanından parça tedarik etmek yerine, tek bir yerde konsolide üretim gerçekleştirebilir ve bu da nakliye ve hava kargo hacimlerinde düşüşe neden olabilir. Ürünlerin kitlesel olarak özelleştirilmesi, stok seviyelerinin düşeceği ve ürünlerin siparişe göre üretildiği için depo yönetimine daha az ihtiyaç duyulduğu anlamına gelecektir.

Nike, Gillette ve Mattel gibi büyük şirketler 3 boyutlu baskı kullanıyorlar Nakliye hattı Maersk, gemilerinin bazılarına arıza durumunda yedek parça yapmak için 3 boyutlu yazıcılar kurdu. UPS gibi büyük lojistik şirketleri de teknolojiye yatırım yapıyor. UPS, müşteriden sipariş almak, bunları 3D bilgisayarlara yazdırmak ve teslim etmek istiyor [9].

3D Printing, bir bireyin dijital bir görüntü almasını ve onu fiziksel bir nesneye dönüştürmesini sağlayan bir teknolojidir. Bu yazıcılar, bir nesne oluşturuluncaya kadar ardışık malzeme katmanlarını yerleştirmek için bir ek işlem kullanır. Birçok endüstri farklı amaçlar için 3D baskı kullanıyor. Teknoloji, mimari modeller, film sahneleri vb. İmalat sanayiinde hızlı üretim için 3D Baskı'nın kullanılması tedarik zincirlerinin kısaltmasına, taşıma maliyetlerinin düşürmesine ve güvenlik stoğu ihtiyacının en aza indirmesine imkan sağlar.

3.2 Nesnelerin İnterneti (IoT)

Bu teknoloji, cihazların insan müdahalesi olmaksızın varolan bir internet altyapısı içinde birbirleriyle iletişim kurmasını sağlar. Lojistikte uygulamasının, hız artırması, israfı azaltması ve genel maliyetleri düşürmesi bekleniyor. Yapılan istatistikte, 3PL şirketlerinin %26,25'inin şu anda makineden makineye (M2M) ve gelecekte bunları uygulamaya koymaya yönelik %6.62'lik bir plana sahip olduğunu ortaya koydu. IoT'nin lojistik ve tedarik zinciri yönetimi üzerindeki etkisi sorulduğunda, %47'si bunun çok büyük bir etkisi olacağını düşünürken, %49'unun bunun bir etkisi olacağını söyledi. Sadece %3'ü etkisinin olmayacağını söyledi. Nesnelerin interneti şirketlerin lojistik altyapılarını ve ulaşımı bir üst seviyeye çıkarmaktadır. Hava yolu, kara yolu ya da deniz yolu olsun, ulaşım ve lojistik, birçok şirketin üretkenliği ve gerçek zamanlı veriye erişiminde en temel unsurlarıdır [10].

Bu devrim niteliğindeki teknoloji, cihazların insan müdahalesi olmadan internet benzeri bir altyapı üzerinden birbirleriyle iletişim kurmasını sağlıyor. Gartner araştırma şirketi, 2015 yılında dünya genelinde 6,4 milyar dolar olan ekonomik etkinin 2018 yılında yüzde 30'a çıkacağını tahmin ediyor. 2015 yılında bir McKinsey anketi, IoT'nin 2025 yılına kadar 11 trilyon dolarlık ekonomik etki yaratmasını öngördü. Lojistik yazılım çözümleri sunan şirketler birden fazla IoT için kullanıcıların, hızını arttırma, israfını azaltma ve müsterileri için çıkan maliyetleri azaltma amaciyla kullanıyor. Örneğin, diğerleri arasında varlık izleme, stok yönetimi, siparişlerin verilmesi ve tahmini bakım için IoT kullanılabilir [9].

Nesnelerin Interneti fırsatları birçok sektör veri bazlı teknolojilerin sunduğu fırsatları tam olarak kavramaya çalışırken, ulaşım ve lojistik şirketleri bu konuda oldukça ileride. Doğaları gereği, lojistik hizmeti sunan ve nesneleri hava, kara, deniz ve demir yolu ile taşıyan şirketlerin çok geniş bir alana yayılmış ağları var. Şirketler karar alırken bu ağlar hakkında hızlı veri akışına ihtiyaç duyuyorlar. Bunun sonucunda ulaşım ve lojistik şirketleri yeni sensör ve bağlantı teknolojilerinin yararlarını görmekte hızlı davranarak, birbirine Internet ile bağlı dünyaya geçişte en ön sırada yer alıyorlar.

3.3 Drone

Drone, müşterilere ürün teslim edebilecek küçük insansız veya özerk uçaklardır. Ayrıca, teslim süresinin kısalmasına yardımcı olacak ve uzun vadede maliyeti düşürecektir. Amazon, ürünlerini müşterilere ulaştırmak için dronları kullanma planını açıkladıktan sonra birçok şirket bu planın uygun veya uygun olamayacağını tartıştı.

Araştırmada, insanların %27.31'inin sonraki 5-10 yılda gerçek hayatta drone kullanabilecegini savunurken, 5.88% drone teslimatının asla gerçekleşmeyeceğini düşünüyor.

EFT tarafından yapılan çalışmada, ankete katılanların %7.31'i, nakliye konusunda drone uygulamasının yalnızca uzak bölgelere ilaç dağıtımı gibi oldukça uzmanlaşmış alanlarda gerçekleşeceğine inanmaktadır. Ankete katılanların%36'sı 5-10 yılda bir drone teslimatı olacağına inanmaktadır ve %6,3'ü 10 yıl içinde olacağına inanmaktadır. Katılımcıların önemli bir kısmı (%35.71) düzenleyici konuların asıl zorluk olacağını düşünürken, %23.95'i güvenlik sorunları olduğuna inanmaktadır. Katılımcıların %11.334'ü ağ oluşturma maliyetinin en büyük zorluk olacağını düşünmektedir, %10.92'si güvenirlik sorunları olduğuna inanmaktadır, %10.08'i ağırlık ve boyut sınırlamaları olduğunu düşünürken, %2.94'ü teknoloji meselesi olacağını düşünmektedir.

Dronlar, teslimat maliyetini azaltmaya yardımcı olacak, takip edilmesi daha kolay olacak ve muhtemelen son kullanıcı için uygun olacaktır [9]. Amazon'a göre Prime Air, sipariş verildikten sonra 30 dakika içinde ürün teslim edecek. Her ne kadar bu yeni tipte lojistik teknolojisi henüz büyük çapta kullanıma hazır değilse de, büyük adımlar atılıyor [11].

3.4 Sürücüsüz Araçlar

Sürücüsüz araçlar, insan girdisi olmadan navigasyon yeteneğine sahiptir. Sürücüsüz araçlar gerçeğe dönüşüyor. Google, Kasım 2015'te ABD Ulusal Karayolu Trafik Güvenliği İdaresi'ne (NHTSA) kendi kendine giden bir araç için önerilen bir tasarım sunmuştur. Şu anda, piyasada bazı koşullarda “sürücüsü az” olabilecek araçlar bulunmaktadır. Fakat kullanılmakta olan tamamen şoförsüz araç yok. Sürücüsüz araçlar, bir lojistik yazılım çözümünün ayrılmaz bir parçası haline gelebilir, siparişlerin geri dönüş sürelerini ve insan hatalarını azaltabilir ve sonuçta şirketlerin maliyetleri kurtarmasına yardımcı olabilir [9]. Ayrıca lojistik alanındaki dikkat çekecek son teknoloji, otonom kamyonlardır. Şu anda, bu teknoloji çoğu kuruluş için test aşamasındadır. Bu bağlamda, gelecekte ticari kullanıma aday olmayı hedefliyor. Araçlar, insan müdahalesinden kurtulmak için kamera ve radar kombinasyonunu kullanırlar. Sonuçta, daha düşük maliyetler ve kaza riskleri de büyük ölçüde azalacaktır. Gelecekte lojistik sektörü günlük hayatımızın bir parçası olacak. Lojistik endüstrisinde rekabette kalabilmek için, kuruluşların bu yeni teknolojileri öğrenmeye ve geliştirmeye başlaması gerekmektedir [12].

4. AKILLI LOJİSTİK

Ancak yeni, akıllı teknolojiler, gittikçe artan bir şekilde, ulaşım alanlarına giriyor ve tüm bir endüstride devrim sürecine giriyor. Akıllı teknolojiler, tüm iş süreçlerini tamamen otomatik olarak kontrol eden bilgisayar destekli sistemlerdir. Bağımsız bir şekilde çalışabilirler ve böylece tüm süreci bağımsız olarak idare edebilecek konumdadırlar [13].

4.1 Veri ve ulaşım lojistiğinin birleştirilmesi

Endüstri 4.0 şekillendiğinde, taşımacılık lojistiği de veri lojistiğinin yanında daha da önemli bir rol oynayacaktır. Bu özellikle, ulaşım zincirinde yer alan tüm unsurların tam olarak bağlanmasını gerektirir. Daha büyük alanlarda bu zaten bir gerçekliktir ve bir dizi uygulamada günlük kullanımdadır: trafik durumu veya hava durumu tahminlerine dayalı esnek rota planlaması ve trafik akışlarının yazılım destekli yönetimi bunlardan sadece iki tanesidir. Ama teknik gelişme orada bitmiyor. Nesnelerin İnterneti'ne dayalı bir trafik altyapısında akıllı, kendi kendini süren araçların piyasaya sürülmesi tamamen yeni boyutlara kapı açacak ve daha otomatik ve esnek lojistik çözümleri getirecektir.

Ulaşım lojistiği kapasite, hava durumu, trafik ve araçlarla ilgili daha kapsamlı bilgiler paylaşılırken, daha verimli bir şekilde artan lojistik akışları yönetilebilir. Üretimin büyüdüğü ve daha küçük partilerin taşındığı bir çağda, üretim ve dağıtım tarafları neredeyse nakliye lojistiğinin verimliliğine ve esnekliğine bağlıdır. Genel olarak dördüncü bir sanayi devrimi vizyonu ve özellikliği taşıyan Akıllı Fabrika kavramı başka bir ifadeyle lojistik, hammaddelerin, birincil ürünlerin ve nakliye için hazır olan eşyaların doğru yerde dogru zamanda tüketiciye ulaştırılmasını garanti eder.

4.2 Depodaki akıllı ulaşım sistemleri

Endüstri 4.0, Depoda akıllı ulaşım sistemleri Geleceğin intralojistik operasyonlarındaki büyük eğilim, depoda "hücresel ulaşım sistemlerinin" tanıtılmasıdır. Bu, lazer tarayıcıları, kızılötesi sensörler ve RFID çipleri kullanarak çevrelerini bağımsız olarak algılayabilen ve kendi varış yerlerine bağımsız olarak gidebilen otonom araç sürülerini kapsamaktadır. Merkezi kontrol sistemi olmayan bu cihazlar, kendi aralarında gelen taşıma emirleri ile ilgilenmekte, yol hakkını düzenleyen kurallar koymakta ve her bir aracın depodaki konumuna ilişkin bilgileri paylaşmaktadır. Her mekik merkezi olmayan bir şekilde bilgi işlediğinden, tüm kontrol sistemi bir dizi sanal omuza yayılır. Bozulmalar meydana gelirse, araç sürüsü kendi başına tepki verir ve sorunu giderir.

4.3 Özerk taşıma robotları

Kardex Remstar ve Servus Intralogistics iki şirket "Akıllı Fabrika" anahtar kelimesine uygun olarak, müşterilerinin dahili üretim lojistiğini optimize etmek için yeni bir çözüm geliştirdi. Kardex Remstar'dan dinamik geri kazanım çözümleri ve bir yolda ilerleyen otonom taşıma robotlarından oluşan Servus Intralogistics'in özel bir taşıma sistemi, çözümün temel unsurlarını oluşturur. Montaj alanında gerekli olan parçalar, Kardex Remstar'ın yerden tasarruf sağlayan dikey depolama asansörlerinde, dikey karusellerde veya kutu depolama sisteminde saklanır. Alım anında, Servus taşıma sistemi parçaları depodan otomatik olarak alır ve otonom taşıma robotları yardımıyla bunları montaj alanına taşır. Aynı zamanda, cihazlar gerekli çalışma adımları hakkında otomatik olarak bilgi alır ve tüm diğer adımları bağımsız olarak ele alır. Buna göre, Servus sistemi hiçbir merkezi kontrol sistemi gerektirmez, çünkü taşıma robotları kızılötesi yoluyla diğer taşıma robotları ve iş istasyonları ile doğrudan iletişim kurar ve böylece yakın çevrelerine tepki verir. Servus taşıma sisteminin özellikle esnek olduğu kanıtlanmıştır.

5. SONUÇ

Endüstri 4.0'ın üretimi değiştirmesiyle, üretim daha verimli ve ucuz hale gelecek bu bağlamda ürünü tüketiciye ulaştırmak için lojistik faaliyetleri de değişecektir. Endüstri 4.0 genel olarak üretimi tamamen değiştirecek bir süreç. Üretimle lojistik birbirini tamamlayan bir halkadır. Ham madde temininden üretim sürecine ve sevkiyata kadar Endüstri 4.0'la yeniden şekillenen değer zincirleri lojistik dönüşümü de etkileyecektir. Endüstri 4.0 ile makinelerin birbirleriyle internet üzerinden iletişimde olmaları "tam zamanında" lojistik hizmetlerini de daha verimli yaparak dolayısıyla kaynakların daha verimli kullanılmasını sağlayacaktır. Yeni taşıma şekilleri, daha az yakıt kullanımı, yeni enerji kaynakları, yeni altyapı ve yeni istihdam alanları başta ulaşım lojistiği olmak üzere her tür lojistik faaliyetleri etkileyecektir. Sonuç olarak lojistik sektörü Endüstri 4.0'la şekillenecektir. Endüstri 4.0 kullanımı ile Endüstri 4.0 sayesinde kusurlu depolama ayrıca paletler veya ürünlerin düşmesi önlenebilecek. Gelecekte insan ve makine arasındaki iletişim farklı bir boyut getirecektir. Akıllı yürüyüş yolları ve akıllı depo yönetimiyle verimlilik artacak. Akıllı depo süreçlerinde ısı ve aydınlatma sensörleri kullanılarak enerji ve gider tasarrufu da sağlanabilir.

Lojistik endüstrisini etkileyecek önemli yeni sektör, 3D Yazıcıları besleyen hammaddelerin depolanması ve taşınmasıyla ilgili olarak ortaya çıkacağı sanılıyor. 3D Yazıcılar müşteriye uygun hale geldikçe, bu malzemelerin ev dağıtım pazarı artacaktır. Değişen tedarik zinciri dinamikleri, bir '4PL' ya da servis yönetim şirketine benzeyen yeni bir tür lojistik şirketinin evrimine yol açacaktır. İşleri, yazılım geliştirme, dağıtım hizmetleri, ortak ilişkileri yönetimi, sözleşme yönetimi ve beyin gücünün bir karışımını içerecektir. Yeni lojistik şirketi, talep planlama, üretim, teslimat, pazar izleme, servis parça yönetimi ve iade ve geri dönüşüm hizmetlerini içeren çözümler tasarlayacaktır [14]. Perakende ve toptan büyümenin, 2015-2025 döneminde %4 CAGR seviyesinde olması beklenmektedir. Çin ve ABD'nin, 2025 yılına kadar perakende ve toptan satışlardaki gelecekteki değer artışının %50'sinden fazlasını karşılayacak kazançlı pazarlar olmaları beklenmektedir. E-ticaretin büyümesinin ardından, lojistik şirketleri yenilikçi dağıtım çözümleri benimsemeli ve dağıtım sistemlerini entegre etmelidir [15].

Endüstri 4.0, endüstriyel IoT ve üretim, üretim, lojistik ve endüstride merkezi olmayan istihbarat ile uçtan uca değer zincirine giden yolda dördüncü sanayi devrimini temsil eden siber-fiziksel sistemlerin evrimidir [16]. E-ticaret pazarları daha geliştikçe, teslimatlar ile ilgili tüketici beklentileri büyük ölçüde gelişmektedir. Dolayısıyla Tüketicilerin sevkiyatla ilgili beklentileri artıyor: Örneğin, 2016 Deloitte araştırmasında, "hızlı sevkiyat" ın iki gün içinde olduğunu düşünürken, bir yıl öncesinde en çok üç veya dört gün içinde olduğunu belirtti. Mallarının

durumu ve teslimat yeri ve zamanlaması üzerindeki kontrolün şeffaflığı hem talebin artmasıyla karşı karşıya kaldı [17].

Bir anket çalışmasında, online alışveriş yapanların neredeyse yarısı, kötü sipariş takibi ve şeffaflık nedeniyle bir satıcıyı terk ettiklerini gösterdi [18]. Son zamanlarda, artan İnternet erişimi ve çevrimiçi alışveriş için daha iyi araçlar, giderek artan sayıda gönderileri ve malları teslim eden şirketler için muhtemel teslimat konumlarının çoğalmasını sağladı. Örneğin, 2016'da Deloitte Tatil Anketi, ilk kez, müşterilerin mağazalarda olduğu kadar çevrimiçi harcama yapmayı planladıklarını ortaya koydu [19]. E-ticaretteki genel büyüme göz önüne alındığında bu şaşırtıcı değildi: ABD hükümetinin tahminlerine göre, e-ticaret satışları 2015'ten 2016'ya yaklaşık yüzde 15 arttı [20] [21].

Endüstri 4.0'ın lojistiğe o kadar farklı etkileri var ki. Endüstri 4.0, lojistiğin 7 doğrusu adı verilen doğru ürünün, doğru miktarda, doğru biçimde, doğru zamanda, doğru kaynaktan, doğru yolla, doğru fiyata sağlanması aşamalarının hepsini ayrı ayrı etkileyecek. İşte bazı örnekler:

- Sanayi 4.0 ve Nesnelerin İnterneti; Lojistik operatörler, kurumsal müşteriler ve nihai tüketiciler için uzaktan erişimli ödeme imkanı vaat ediyor. Bu fayda tüm lojistik değer zinciri, depo operasyonu, yük taşıma, son kullanıcıya teslimat boyunca uzanır. Böylece operasyonel verimlilik, emniyet ve güvenlik, müşteri deneyimi, yeni iş modelleri gibi alanlarda sorunları çözmek için önemli bir etkiye sahip olacak.
- Endüstri 4.0 sayesinde yük taşımacılığında paletler veya ürünlerin düşmesi önlenebilecek. Sensörler ve kameraların karışımı riskleri, kusurlu depolamaları tespit edecek ve olası bir öğenin düşebilme olasılığını hesaplayabilecek. Bu sayede geri dönüşü çok masraflı sorunlardan bizleri kurtarabilecek. Gelecekte çalışanlar akıllı cihazları ile sistemlere entegre olup insan ve makine arasındaki iletişime farklı bir boyut getirecektir. Çalışan işçilerin çalışabilmelerini kolaylaştıracak akıllı yürüyüş yolları ve akıllı depo yönetimiyle verimlilik daha da artacak. Mobil lokalizasyon sağlayan aktif ve pasif RFID teknolojisi ile de nesnelerin hareketini daha kolay izleyebileceğiz. Akıllı depo süreçlerine ısı ve aydınlatma sensörleri eklenerek enerji ve gider tasarrufu da sağlanabilir.
- Son olarak sanayi 4.0 devrimi filo ve varlık yönetimi imkanı sağlamaktadır. Sensörler sayesinde ne sıklıkta kamyon, konteyner kullandığınızı izleyebileceksiniz. Filo yönetimi sayesinde önemli derecede yakıt tasarrufu sağlayarak karlılığı arttırmada önemli bir etken olacaktır [22].

Yürürlüğe girmesi beklenen yeni Gümrük Kanunu'nun da iş süreçlerini hızlandırarak sektörü olumlu etkileyeceği söylenebilir. Ortak girişimler, yeşil taşımacılık, offshore ve outsourcing konuları yeni olanaklar yaratacak. Yüksek enerji fiyatları ile mücadele edebilmek için lojistik şirketleri, ortak kullanılan ağların inşasına ve işletmesine hiç olmadığı kadar fazla yatırım yapacak. Gerekli altyapı çalışmalarını hızla tamamlamak, lojistik alanında çalışacak nitelikli eleman yetiştirme programlarının açılması ilk elden yapılması gerekenler olarak sıralanabilir. 2017'de lojistik sektörünün 108-140 milyar dolar hacme ulaşması öngörülüyor [23].

KAYNAKÇA

[1] Coronado, V. (2015). What is the future of logistics (Freight Transportation)? https://www.linkedin.com/pulse/what-future-logistics-freight-transportation-victor-coronado. Erişim tarihi: 2 Eylül, 2018.

[2] Galindo, L.D. (2016). The Challenges of Logistics 4.0 for the Supply Chain Management and the Information Technology, Master Thesis, Spring 2016, Norwegian University of Science and Technology.

[3] DHL (2016). Logistics Trend Radar Report, Publisher: DHL Customer Solutions & Innovation, Germany

[4] Additive Manufacturing (3D printing). http://www.panalpina.com/www/global/en/home/products_solutions/logistics/3d_printing.html. Erişim tarihi: 2 Eylül, 2018.

[5] Goulding, C. (2018). 3D Printing and Logistics – A Natural Progression of Opportunity, https://3dprint.com/212915/3d-printing-and-logistics/. Erişim tarihi: 4 Eylül, 2018.

[6] The Future of Logistics at DHL: 3D Printing to Disrupt (2017). https://rctom.hbs.org/submission/the-future-of-logistics-at-dhl-3d-printing-to-disrupt/. Erişim tarihi: 5 Eylül, 2018.

[7] TouchPath Blog (2018). 3D Printing – The Opportunities For The Logistics Industry, https://touchpath.com/3d-printing-the-opportunities-for-the-logistics-industry/. Erişim tarihi: 5 Eylül, 2018.

[8] Heutger, M. (2017). DHL: How 3D printing is disrupting the logistics industry, https://www.supplychaindigital.com/logistics/dhl-how-3d-printing-disrupting-logistics-industry. Erişim tarihi: 5 Eylül, 2018.

[9] Vacca, H. (2016). Four Technologies Set to Change the Future of Logistics https://www.inboundlogistics.com/cms/article/-four-technologies-set-to-change-the-future-of-logistics/. Erişim tarihi: 5 Eylül, 2018.

[10] Lojistik ve Ulaşım Bazlı Nesnelerin İnterneti (2016). https://ioturkiye.com/2016/12/lojistik-ve-ulasim-bazli-nesnelerin-interneti/. Erişim tarihi: 6 Eylül, 2018.

[11] Rahman, M. (2016). The future of logistics technology. https://www.morethanshipping.com/future-logistics-technology/. Erişim tarihi: 6 Eylül, 2018.

[12] Futuristic Technologies that are Reshaping Logistics Now. https://www.clearspider.com/blog-futuristic-logistics-technology/. Erişim tarihi: 6 Eylül, 2018.

[13] Kesayak, B. (2017). Endüstri 4.0 ile Lojistiğin Değişen Yüzü. http://www.endustri40.com/endustri-4-0-ile-lojistigin-degisen-yuzu/. Erişim tarihi: 7 Eylül, 2018.

[14] Manners-Bell, J. and Lyon, K. (2014). The Implications of 3D Printing for the Global Logistics Industry. https://www.supplychain247.com/article/the_implications_of_3d_printing_for_the_global_logistics_industry. Erişim tarihi: 7 Eylül, 2018.

[15] Key Future Trends in Global Logistics Industry for 2025. (2016). http://www.euromonitor.com/key-future-trends-in-global-logistics-industry-for-2025/report. Erişim tarihi: 7 Eylül, 2018.

[16] Industry 4.0: the fourth industrial revolution – guide to Industrie 4.0. https://www.i-scoop.eu/industry-4-0/. Erişim tarihi: 3 Eylül, 2018.

[17] Nguyen, D.H., de Leeuw, S., and Dullaert, W.E.H. (2016). Consumer behaviour and order fulfilment in online retailing: A systematic review," International Journal of Management Reviews, vol. 20, issue 2.

[18] Supply Chain Quarterly (2016). Survey: Online shoppers demand visibility as well as speed in delivery. www.supplychainquarterly.com/news/20161004-survey-online-shopper--demand-visibility-as-well-as-speed-in-delivery/. Erişim tarihi: 8 Eylül, 2018.

[19] 2016 Deloitte Holiday Survey. https://www2.deloitte.com/insights/us/en/industry/retail-distribution/holiday-retail-sales-consumer-survey-2016.html. Erişim tarihi: 8 Eylül, 2018

[20] US Census Bureau News. (2017). Quarterly retail e-commerce sales, 1st quarter 2017. www.census.gov/retail/mrts/www/data/pdf/ec_current.pdf. Erişim tarihi: 8 Eylül, 2018

[21] Choe, T., Rosanberger, S.A., Garza, M., and Woollfolk, J. (2017). The future of freight, https://www2.deloitte.com/insights/us/en/focus/future-of-mobility/future-of-freight-simplifying-last-mile-logistics.html. Erişim tarihi: 4 Eylül, 2018.

[22] Dijital Sanayi Devrimi 13: Endüstri 4.0 ve Lojistik (2017). https://industryolog.com/dijital-sanayi-devrimi-endustri-4-0-lojistik/. Erişim tarihi: 3 Eylül, 2018.

[23] Laleli, Ş. (2017) Endüstri 4.0 lojistiğin rolünü değiştirecek. http://www.fortuneturkey.com/endustri-40-lojistigin-rolunu-degistirecek-49735. Erişim tarihi: 2 Eylül, 2018.

4.0 Endüstri Teknolojieri Hayatımıza Giriyor

Nevin Aydın[1]

[1] Artvin Çoruh Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, nevin.aydin@gmail.com

Özet: Sanayi devriminde insan gücünün yerini makinelerin almasıyla yeni bir dönem başlamıştır. Endüstri 4.0, Nesnelerin İnterneti, Siber Fiziksel Sistemler, Büyük veri depolama karar verme kabiliyetinin dijital nesnelere dönüştürüldüğü yeni bir dönemin başlanğıçıdır. Bu döneminde adı Endüstri 4.0 olan geleceğin dünyasını şekillendiren kavramdır. Teknolojideki değişimler ile, sınırsız ağ erişimi, azalan donanım giderleri ve yeni nesil üretim her geçen gün daha da artmaktadır. Sensör ve network teknolojilerinde ortaya çıkan gelişimler; büyük veri, nesnelerin interneti ve endüstri 4.0 gibi çağımızın en büyük teknoloji trendlerinin temelini oluşturuyor. Değerlendirilecek her türlü veri sensörler ile topladıktan sonra geliştirilmiş network altyapısı ile işleme ünitelerine gönderilerek ve veri analitiği ile değerlendirilecek. Sensör teknolojisinin ucuzlamasıyla, yakın gelecekte insanların duyu organlarının yerini dijital sensörler ile değiştirerek yeni iş modellerinin yaratıldığı birçok inovasyon uygulama ile karşılaşacağız. Örneğin, akıllı şehirler kapsamında şehir içine yerleştirilmiş sensörler yol durumu belirleyen, öneriler yapan basit ama hayatı kolaylaştıracak teknolojiler ile hayatımızda yer alacak.

Anaktar Kelimeler: Endüstri 4.0, Yakınsama, Sensör

4.0 Industry Technologies Are Rapidly Coming Into Our Lives

Abstract: In the industrial revolution, a new era has begun with machines taking their place in human power. Industry 4.0, Objects of the Internet, Cyber Physical Systems, is the beginning of a new era in which large data storage decision-making capabilities are transformed into digital objects. During this period, the concept Industry 4.0 shaped the world of the future. With the changes in technology, unlimited network access, decreasing hardware expenditures and next generation production are increasing day by day. Developments in sensor and network technologies; large data sets, the Internet of objects, and industry 4.0 are the basis of the greatest technology trends of our time. Any data collected by the sensors will be sent to processing units through improved network infrastructure for evaluation by the the data analyzer. With the reduced cost of sensor technology, in the near future, we will be faced with many innovate applications where new business models are created by replacing people's sensory organs with digital sensors. For example, sensors deployed in urban areas within smart cities will be in our lives with simple, yet easy-to-use technologies that determine road conditions and make recommendations.

Keywords: Industry 4.0, Convergence, Sensor

1. GİRİŞ

Endüstri 4.0 mevcut sanayinin dijitalleşme ve bilgisayarlaşma ile teşvik edilmesi ve yüksek teknolojinin uygulanmasıdır. Bu bağlamda makineler çevrelerinde olup bitenleri anlayabilecek ve birbirleriyle "Nesnelerin İnterneti" aracılığı ile iletişim kurabilecekler. Endüstri 4.0, gömülü sistem teknolojisiyle akıllı ürün üretim süreçlerini birleştirerek, yeni bir teknolojiyi başlatacak, dolayısıyla bu teknoloji iş modellerine, üretim zincirlerine ve sanayiye dönüşecek. Endüstri 4.0 sadece teknolojik devrim değil aynı zamanda sağlıktan eğitime, ekonomiye kadar birçok alanda yer alacak yeni bir süreç. Dijital dönüşüm ve Endustri 4.0 ile birlikte ulaşılacak yeni seviyede, insanların, nesnelerin ve sistemlerin birbirleri ile bağlantısı yaygın ve etkin bir şekilde gerçekleşmiş olacaktır. Bu altyapı sayesinde, dinamik, gerçek-zamanlı olarak optimize edilmiş, kendi kendine organize olabilen, tüm organizasyon geneline yayılmış ve organizasyonlar arası katma-değer zinciri ağları oluşacaktır. Bu ağlar, maliyet, ulaşılabilirlik ve kaynak kullanımı gibi çeşitli kriterlere göre kendini optimize etme imkanına sahiptir [1].

2. ENDÜSTRİ 4.0

Endüstri 4.0 ise, bir sonraki sanayi devrimini tanımlamak için kullanılıyor. 'nesnelerin interneti(IoT)' veya 'endüstrideki nesnelerin interneti(IIoT)' olarak da bilinen bu devrim, akıllı bir fabrika vizyonuyla bugünkü üretimin teknolojik değişimini gösteriyor. Bugün bilinen durumdan çok daha karmaşık sistemleri yönetebilen bir fabrikanın oluşturulabilmesi için, bilişim, gömülü sistemler, üretim, otomasyon teknolojisi ve makine mühendisliği alanlarındaki inovasyonlar bu yeni sürecin gelişimini hazırlamaktadır [2].

Endüstri 4.0, Alman hükümetinin yüksek teknoloji stratejisinde, imalat sanayinin bilgisayarlaşmasını destekleyen bir projedir. Hedef, adaptasyon, kaynak verimliliği ve ergonomi ile müşterilerinin ve iş ortaklarının iş ve değer süreçlerine entegrasyonu ile karakterize edilen akıllı fabrikadır [3].

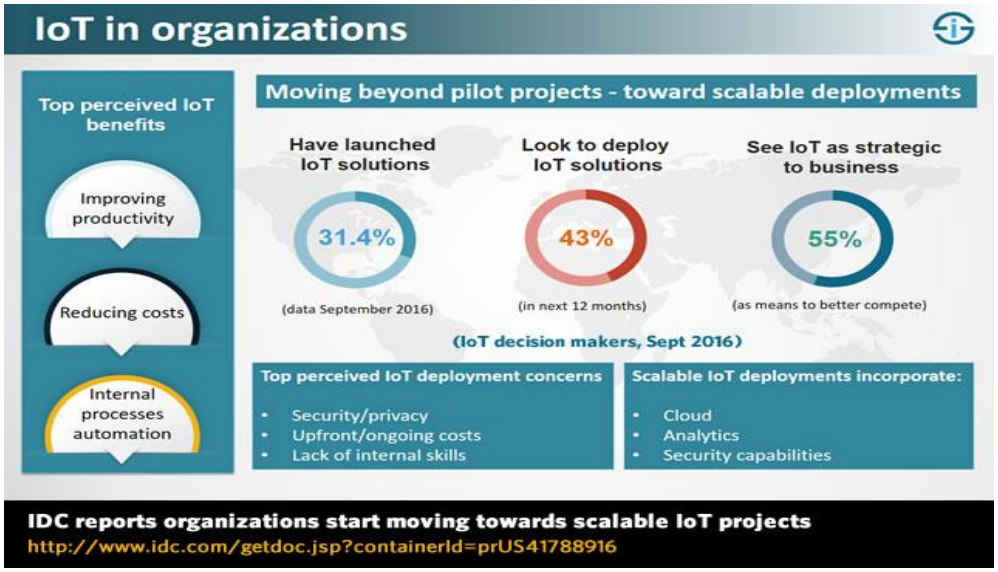
Endüstri 4.0, günümüzde akıllı üretim ile endüstriyel pazarların (sanayi dönüşümü) dijital dönüşümüdür. Endüstri 4.0, ayrık ve süreç üretimi, lojistik ve tedarik zinciri (Lojistik 4.0), kimya endüstrisi, enerji (Enerji 4.0), ulaştırma, kamu hizmetleri, petrol ve gaz, madencilik ve metaller ve diğer segmentlerde dördüncü sanayi devrimini temsil etmektedir. Kaynak endüstrileri, sağlık hizmetleri, ilaç ve hatta akıllı şehirler olmak üzere [4].

Endüstri 4.0 ile, dünya yeni bir endüstriyel devrime başlıyor. Gelişen teknolojilerin gücü ve etkisi, her geçen gün yaygınlaşan veri iletişimi ve genişleyen bilgi ağı sayesinde daha da artıyor. Bu yeni çağ, iş hayatını, ürünlerin kullanım ömrünü, hizmet alanlarını, iş modellerini, makine güvenliğini ve hatta sosyo-ekonomik standartları değiştirecek bir etkiye sahip olacaktır.

3. NESNELERİN İNTERNETİ

Aşağıdaki şekilde görüldüğü gibi, verimliliği artırmak, maliyetleri azaltmak için süreçlerin otomasyonu hakimdir. Daha iyi müşteri hizmetlerine, yeni gelir akışlarına, iş modellerindeki değişimlere ve inovasyona değinen şirketlerde, IoT kullanımlarının daha da ileri gittiği açıktır.

Şekil 1. IoT in organizations.



Kaynak: Internal goals and productivity improvement dominate most IoT deployments in the current maturity stage [5].

Nesnelerin Interneti insan müdahalesi olmadan, kendi aralarında belirli protokoller aracılığı ile iletişim kurmasıyla oluşan veri ağıdır. IoT ile birçok endüstride cihazların birbirlerine bağlanması sağlanıyor. Akıllı sensörler veri dağıtımında çok önemli bir rol oynamakta, birçok yeni uygulama için önemli bir etkinleştirici olarak yer almaktadır. Sensörlerin yanı sıra radyo frekanslı tanımlama (RFID) etiketleri ve okuyucuları da IoT uygulamalarında oldukça sık kullanılıyor [5].

IoT akıllı şehirler inşa etmenin anahtarıdır. Akıllı bir şehrin parçası olan her cihaz, megakent popülasyonlarının kaynaklarını yönetmek için başkalarıyla birlikte çalışmalıdır. Şehir gerçekten akıllı olacaksa, bu cihazlar birbirleriyle iletişim kurmalıdır. Bu, IoT'nin devreye girdiği yer, gündelik problemlere akıllı çözümler sunan iletişim cihazlarının bir gövdesinin mükemmel şablonunu sağlıyor.

IoT şirketleri, dünyanın her yerindeki şehirlerin hizmet ve altyapılarında devrim yaratmaya yönelik akıllı ve iletişimsel teknoloji çözümleri geliştirerek akıllı şehir gelişimine öncülük ediyor [6].

Nesnelerin İnterneti IoT hayatımızdaki yeri: Nesnelerin İnterneti IoT günümüzde akıllı cihazlar arasındaki iletişim ağını sağlamaktadır. Evinizden çıkarken kapatmaya unuttugumuz lambalarımızı, fırınınızı veya başka nesneleri uzaktan cep telefonunuz ile kolaylıkla kapatabiliriz. Bu bağlamda Nesnelerin İnterneti IoT ile akıllı ev kavramı

ortaya çıkmış evlere kurulan makinalarla ve big dataya (büyük veriye) bağlı olarak evdeki tüm eşyalar birbiriyle kordine edilerek aralarında iletişim sağlanmıştır. Sonuç olarak: Nesnelerin İnterneti (IoT) sayesinde akıllı telefonunuz ile evinizde tüm eşyaları kontrol edebiliyorsunuz. Açık unuttuğunuz bütün nesneleri internet ağı ile kolaylıkla cep telefonunuzdan kapatabiliyorsunuz.

4. AKILLI ŞEHİRLER

Akıllı şehir, kaynak tüketimini, israfı ve genel maliyetleri azaltmak için enerji, ulaştırma ve kamu hizmetleri gibi kentsel hizmetlerin kalitesini ve performansını arttırmak için bilgi ve iletişim teknolojilerini (BIT) içeren bir şehre verilen bir addır. Akıllı bir şehrin kapsayıcı amacı, akıllı teknoloji ile vatandaşları için yaşam kalitesini arttırmaktır [7].

1900'te dünya nüfusunun yalnızca yüzde 14'ü kentsel bölgelerde yaşıyordu. Dünyadaki akıllı şehirlerin sayısının önümüzdeki birkaç yıl içinde artması bekleniyor ve 2050 yılına gelindiğinde dünya nüfusunun yüzde 70'i akıllı şehirlerde yaşıyor olacak. Şehirlerin akıllı teknolojilerle donatılması, günümüzün dijital çağının beklentisi haline gelmiştir.

Ulaştırma alanında da, akıllı trafik yönetimi, gündüz saatlerine veya yoğun çalışma saatlerine göre karayollarının yoğunluğunu önlemek için sokak ışıklarını optimize etmek amacıyla trafik akışlarını izlemek ve analiz etmek için kullanılır. Akıllı toplu taşıma, toplu taşımanın kullanıcı talebini karşıladığından emin olmak için kullanılan akıllı şehirlerin başka bir yüzüdür. Akıllı transit şirketleri, hizmetleri koordine edebilmekte ve binicilerin ihtiyaçlarını gerçek zamanlı olarak yerine getirebilmekte, verimliliği ve sürücünün memnuniyetini artırmaktadır.

Enerji tasarrufu ve verimliliği akıllı şehirlerin önemli odaklarıdır. Akıllı sensörleri kullanarak, akıllı sokak ışıkları, yollarda otomobil ya da yaya olmadığında kararтılır. Akıllı şebeke teknolojisi, operasyonları, bakımı ve planlamayı geliştirmek ve talep üzerine güç sağlamak ve enerji kesintilerini izlemek için kullanılabilir.

Akıllı şehir girişimleri aynı zamanda iklim değişikliği ve hava kirliliği gibi çevresel kaygıları izlemeyi ve ele almayı hedeflemektedir. İnternet bağlantılı çöp kutuları ve atık toplama ve çıkarma için IoT özellikli filo yönetim sistemleri veya su parametrelerini ölçmek ve içme suyunun kalitesini garanti etmek için sensörleri kullanmaktadır. Akıllı şehir teknolojisi, yüksek suçun izlenmesi alanlarından sensörlerle acil durum hazırlığının iyileştirilmesine kadar kamu güvenliğini arttırmak için giderek daha fazla kullanılmaktadır. Örneğin, akıllı sensörler, kuraklık, sel, toprak kayması veya kasırgalardan önce bir erken uyarı sisteminin kritik bileşenleri olabilir [8].

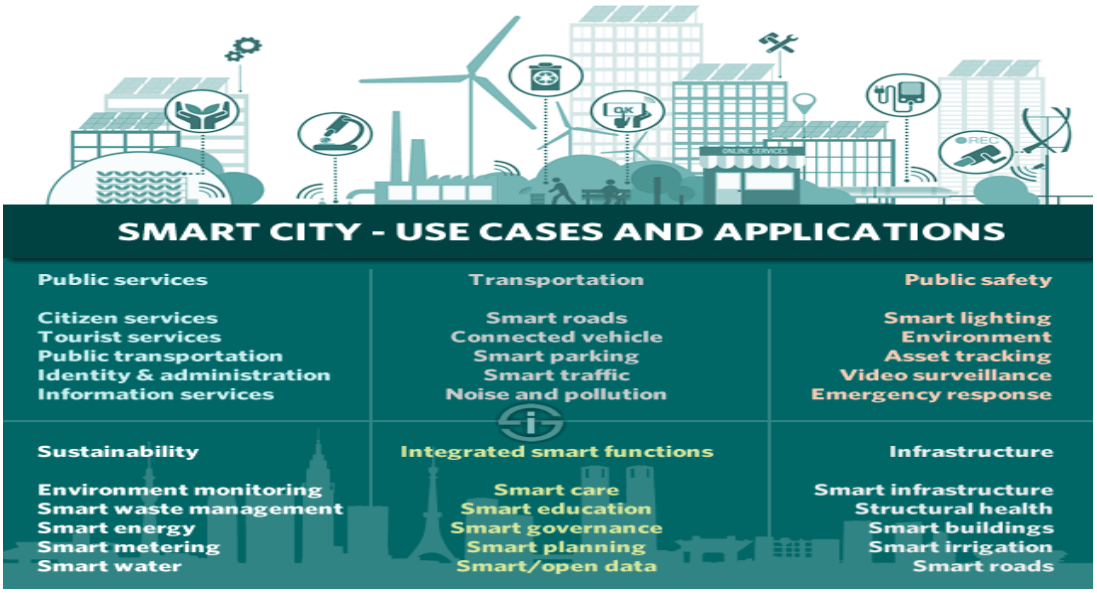
Dünya genelinde akıllı şehir teknolojisi harcamaları 2016 yılında 80 milyar dolara ulaştı ve Uluslararası Veri Şirketi (IDC) tarafından yayınlanan bir rapora göre, 2021 yılına kadar 135 milyar dolara ulaşması bekleniyor [9].

Akıllı şehir, sakinlerinin yaşamını iyileştirmek için gerçek zamanlı verileri toplamasına ve analiz etmesine olanak sağlayan teknolojik altyapı geliştirilmesidir [10]. Nesnelerin İnterneti (IoT), şehirlerin farklı hizmet, altyapı ve kamu hizmeti ağlarına bağlanmasına yardımcı oluyor. Bu akıllı şehirler, programları ve hizmetleri daha etkili bir şekilde yönetmek için gerçek zamanlı toplam veri üretiyor [11]. Akıllı telefonlar şehrin anahtarları haline geldi ve transit, trafik, sağlık hizmetleri, güvenlik uyarıları ve topluluk haberleri hakkında bilgi veriyor.

Dünya hızlı ve uzun vadede şehirlere taşınıyor. Şehirler evrimleşiyor, sürekli değişiyor, işaretlenmiş bir yere sabitlenmiyorlar. Ulusal hükümetler giderek daha çok ulusal konulara odaklandıkça, şehirler hizmet sunumunu güncellemek için en gelişmiş teknolojilerden daha fazla faydalanmalıdır. Yeni iş modelleri, uzun süredir devam eden zorluklar için radikal yeni verimliliklerin yaratılmasını hedefliyor.

Hükümet kurumlarının vatandaşların yaşamlarını ve iş ortamını iyileştirmeleri, kişiselleştirilmiş deneyimler sunmaları ve program ve hizmet sonuçlarını optimize etmeleri için yeni fırsatlar sunmaktadır.

Şekil 2. Smart City: Use Cases and Applications.



Kaynak: Smart cities: acceleration, technology, cases and evolutions in the smart city [12].

Şekil 3. Components of a Future City.



Kaynak: Analyzing the future cities [13].

5. 11 Dijital Para Birimleri

Bitcoin'in başını çektiği dijital para birimleri (digital currencies) şifreleme, blockchain ve kendine has madenciliği ve sanal merkez depoları ile bir çok teknolojik trendi birlikte getiriyor. Henüz emekleme aşamasında olan dijital para birimlerinin önümüzdeki dönemde çok daha yaygın hale gelerek, bankalar arası para transferlerini çok daha ucuz ve hızlı hale getirecek. Ancak, dijital para birimlerinin sunacağı en büyük fayda, internet üzerinden yapılan alım satımlara duyulan güven duygusunu geliştirmesiyle yaşanacak. Sofistike algoritmalarla oluşturulması ile diğer dijital nesnelerin aksine kopyalanamaz oluşu, fiziksel bir obje gibi davranıp transfer edildiğinde geri alınamaması ve döviz kurlarından etkilenmeyen global bir para birimi özelliği taşıması ile bitcoin, e-ticarette yaşanan güven sorunlarını ortadan kaldırarak özellikle gelişmekte olan ihracatçıların global dünya ile entegrasyonunu kolaylaştıracak. Bu durum küçük ölçekli şirketlerin geliştirdiği ürünlerin hayatımıza daha çok girmesini sağlayacak [14].

5. 12 Sosyal ve mobil ekonomi

Sosyal ve mobil ekonomi hiç kuşkusuz dünyamızı şekillendiren güçlerin ilk sıralarında yer alıyor. Sosyal medya artık gündelik hayatın ayrılmaz bir parçası olmuş durumda. Sosyal medya platformları hem çok büyük (Facebook'taki aktif kullanıcı sayısı Çin'in nüfusunu şimdiden geçmiş durumda) hem de çok sık kullanılıyor (ortalama bir kullanıcı günde 2 saatini sosyal medya platformlarında geçiriyor). Bu durum sosyal medyayı şirketlerin izlemesi ve yönetmesi gereken en önemli kanal haline getirdi. Müşteri odaklı bir çok şirket, müşterileriyle iletişim için sosyal medyayı çok başarılı kullanmasıyla göze çarpıyor. Yakın gelecekte, şirketler sosyal medya üzerinden sundukları içeriği ve hizmetleri daha da zenginleştirmeye devam edecek ve sosyal medyayı diğer kanallar ile bağlayarak, omni-channel yapısının omurgasına sosyal medyayı yerleştirecek [14].

6. SONUÇ

Endüstri 4.0 ve inovasyon sistemlerinde üretim süreci esnasında maliyetlerin giderek düşüş göstermesidir. Bu sistemin uygulanması esnasındaki maliyetler yüksek gibi görünse de geniş perspektiften bakıldığında kendini çok kısa sürede amorti etmektedir. Bu zamana kadar üretimde yaşanan sorunların büyük bir çoğunluğu bu sistem sayesinde ortadan kalkacaktır. Tek tip ürünler ortaya çıkacaktır. Fazla hammadde kullanımı son bulacaktır. Dijitalleşen fabrikalar da 7/24 üretim potansiyeli olacaktır. Bu sistemin geliştirilebilir ve uyarlanabilir özelliğe sahip olması uzun süre kullanılabilir bir niteliğinin varlığını kanıtlar durumdadır. Sürdürülebilir bir uygulama olan Endüstri 4.0 bu özelliği sayesinde şartlara uyum sağlayacak biçimde revize edilebilmektedir [15].

Endüstri 4.0 çağdaş ve modern otomasyon sistemleri ile veri alışverişlerini, üretim teknolojilerini içeren bir sanayi devrimidir. Bu sanayi devrimi; içerisinde nesnelerin internetini, internetin hizmetlerini ve fiziksel-sanal sistemleri kapsar. Bu kapsam içinde her veriyi teknoloji imkânı ile raporlaştırarak, zamandan tasarruf eder ve verimliliği arttırmaya yardımcı olur [16].

Endüstri 4.0 ile insanlar örneğin internet üzerinden spor ayakkabı almak için, tamamen özelleştirebilecekler ve özelleştirilmiş ayakkabılar siparişten sonra bir kaç gün içinde teslim edilecek. Otomobil endüstrisdede aynı işlem devam ederek müşteri, özelleştirilmiş arabasını bayide yapılandırmaya karar verdiğinde, Endüstri 4.0 otomasyonu başlayacaktır. Sonuç olarak Endüstri 4.0 ile Pazar ortamı değişecektir.

KAYNAKÇA

[1] Şimşek, T. Endüstri 4.0 ile Geleceğe Bakış ve Beklentiler http://www.endustri40.com/endustri-4-0-ile-gelecege-bakis-ve-beklentiler/. Erişim tarihi: 3 Eylül, 2018.

[2] RFID Teknolojileri ve Endüstriyel Uygulamaları. (2018). http://www.endustri40.com/rfid-teknolojileri-ve-endustriyel-uygulamalari/. Erişim tarihi: 3 Eylül, 2018.

[3] Akıllı Fabrika). Teknolojik temeller siber-fiziksel sistemler ve Nesnelerin İnterneti Industry 4.0 – RFID acts as a key component. https://www.7id.com/technology/industry-4-0/. Erişim tarihi: 5 Eylül, 2018.

[4] Wagner, R. D. (2018). The Ultimate Guide to The Fourth Industrial Revolution. LinkedIn Blog. https://www.linkedin.com/pulse/ultimate-guide-fourth-industrial-revolution-industry-40-wagner. Erişim tarihi: 4 Eylül, 2018.

[5] Internal goals and productivity improvement dominate most IoT deployments in the current maturity stage, http://iqvizyon.com/?page_id=223. Erişim tarihi: 7 Eylül, 2018

[6] Ismail, N. (2016). The role of the Internet of Things in developing smart cities, https://www.information-age.com/iot-developing-smart-cities-123463276/. Erişim tarihi: 7 Eylül, 2018

[7] Techopedia. https://www.techopedia.com/definition/31494/smart-city. Erişim tarihi: 8 Eylül, 2018.

[8] TechTarget. https://internetofthingsagenda.techtarget.com/definition/smart-city. Erişim tarihi: 8 Eylül, 2018.

[9] Maddox, T. (2018). Smart cities: A cheat sheet https://www.techrepublic.com/article/smart-cities-the-smart-persons-guide/. Erişim tarihi: 5 Eylül, 2018.

[10] Smart City Development (2017). https://www.nlc.org/resource/smart-city-development/.Erişim tarihi: 6 Eylül, 2018.

[11] Sensor Data and Future of Cities (2017). https://www.nlc.org/article/sensors-data-and-the-future-of-cities/. Erişim tarihi: 6 Eylül, 2018

[12] Smart cities: acceleration, technology, cases and evolutions in the smart city. https://www.i-scoop.eu/smart-cities-smart-city/. Erişim tarihi: 3 Eylül, 2018

[13] Analyzing the future cities. https://www.ibm.com/smarterplanet/us/en/smarter_cities/overview/. Erişim tarihi: 5 Eylül, 2018

[14] Göl, H. (2018). Ezber Bozan Teknolojiler Eksponansiyel Hızla Hayatımıza Giriyor. Deloittle Turkey Digitial. https://medium.com/deloitte-turkey-digital/ezber-bozan-teknolojiler-eksponansiyel-h%C4%B1zla-hayat%C4%B1m%C4%B1za-giriyor-7627e62d131f. Erişim tarihi: 9 Eylül, 2018.

[15] Endüstri 4.0 ve Temel Prensipleri, https://proente.com/endustri-4-0-inovasyon/. Erişim tarihi: 5 Eylül, 2018.

[16] Wings, D. (2016). Industry 4.0 and its influence on our daily lives. https://piek.international/industry-4-0-and-its-influence-on-our-daily-lives/. Erişim tarihi: 7 Eylül, 2018.

Öğretmen Adaylarının Ekolojik Ayak İzlerinin Belirlenmesi

Dr. Öğr. Üy. Nurcan Özkan[1] **Büşra Şafak[2]**

[1]Trakya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Bölümü, nurcanozkan@hotmail.com

[2]Trakya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Fen Eğitimi Bölümü, busrasafak39@hotmail.com

Özet: Günümüzde giderek artan insan nüfusu ve sanayileşme ile birlikte kaynaklarımızın bilinçsiz tüketimi bireylerin doğaya yaptığı baskının boyutunu arttırmıştır. Doğal dengenin bozulması ve beraberinde getirdiği çevre sorunları insanların yaşam tarzlarının ve tüketim alışkanlıklarının yeniden ele alınmasını ve çevreye yönelik kontrol edici düzenlemeler yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Ekolojik ayak izi, sürdürülebilir yaşam tarzının bir göstergesi olmakla beraber yeryüzü üzerindeki insanların ihtiyaçları ile dünyanın yenilenebilme kapasitesini karşılaştırma fırsatı sunan bir hesaplama aracıdır. Her bir birey, sürdürülebilir ve güvenli bir geleceğin sağlanmasına katkıda bulunabilmek için, kişisel tüketimini gözden geçirmelidir. Bu bağlamda ekolojik ayak izi, bireylerin doğaya yaptığı baskının boyutunu göstererek bireylere sürdürülebilir tüketici kimliği kazandırmak için oldukça etkili bir çevre eğitim aracıdır. Ekolojik ayak izinin farkında olan bireylerin çevreye yönelik davranışlarında da buna bağlı olarak değişimler gözlenmektedir. Bu çalışmada, üniversite dönemindeki kazanım ve farkındalıkların, hayat boyu sürecek bir değişim başlatabileceğini düşünerek ve gelecek neslin eğitiminde söz sahibi olacak olan öğretmen adaylarının Ekolojik Ayak İzlerinin hesaplanması amaçlanmıştır. Araştırma, betimsel araştırma yöntemlerinden kesitsel tarama modelinde yapılmıştır. Araştırmanın örneklemini 2017–2018 eğitim-öğretim yılı Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesinde eğitim gören 150 öğretmen adayı oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak "Ekolojik Ayak İzi Hesaplama Anketi" kullanılmıştır. Çalışma sonunda elde edilen Ekolojik Ayak İzi sonuçları, Türkiye ve dünya ortalamaları ile karşılaştırılmıştır. Ankete katılan Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Ekolojik Ayak İzlerinin Türkiye ve dünya ortalamasının altında olduğu görülmüştür. Çevre farkındalığının, güncel çevre problemlerine sonuç üretmeye yönelik adımlara yol açması ve bunun için Ekolojik Ayak İzi gibi farklı eğitsel araçlarla bu farkındalığın desteklenmesi gerektiği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ekolojik ayak izi, çevre eğitimi, öğretmen adayları

1. GİRİŞ

1.1. Ekolojik Ayak İzi

İnsanlık varoluşundan bu yana çevreyle etkileşim içerisindedir. Ancak çevrenin insana sağladığı kaynaklar sınırsız değildir. Zaman içerisinde hızlı nüfus artışı, kentleşme ve sanayileşme gibi öğelerin etkisiyle başlarda göz ardı edilen çevre sorunları günümüzde büyüyerek tüm dünyayı tehdit etmeye başlamıştır. Çevresel sorunların kaynağı toplumların üretim ve tüketim faaliyetlerini gerçekleştirirken çevreyi dikkate almamaları olarak gözlenmektedir. Bu faaliyetler nedeniyle de çevre üzerindeki baskı artmakta ve taşıma kapasitesi aşılmaktadır.

Çevre sorunlarının etkisinin gün geçtikçe daha da belirginleşmesi ve çok farklı boyutlarda gözlenmesi bu sorunlara dikkat çekmek üzere yeni kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur. "Ekolojik Ayak İzi" kavramı da bunlardan birisidir. Çevresel sürdürülebilirliği ölçülebilir kılmayı sağlayan "Ekolojik Ayak İzi" kavramı, insanların yaşayabilmeleri için gereken kaynakların üretimi ve atıkların yok edilebilmesi için kullandıkları biyolojik alanı gösteren bir ölçüdür (Ruzevicius, 2010: 711). Bir başka deyişle Ekolojik ayak izi analizi, "Hayat kalitemi geliştirirken dünyanın kapasitesi içinde daha sürdürülebilir bir hayat tarzı için bugün ne yapabilirim?" sorusunu kendimize yönelterek yaşantımızı sorgulamamıza yol açan bir "Ekolojik Gerçekler Kontrol Listesi" sağlamaktadır (Wilson ve Anielski, 2005: 5).

Ekolojik ayak izi ile "günde 1 litre su tüketen kişinin, yılda içeceği 365 litre su ne kadar alandan temin edilmelidir, kullandığımız kıyafetlerimizdeki pamuk için ne kadar alana pamuk ekilmelidir, yemeklerimizde tükettiğimiz her bir sebze ve meyve için ne kadar tarım alanı ayrılmalıdır, tüketimimiz sonucu ortaya çıkardığımız çöplerin bertaraf edilmesi için ne kadar alan kullanılmaktadır?" vb. sorulara cevap aranmaktadır.

1.2. Ekolojik Ayak İzinin Bileşenleri

Ekolojik ayak izi hesaplamaları yapılırken insan tüketim faaliyetleri, altı temel alan göz önünde bulundurularak sınıflandırılmaktadır. Bunlar, Şekil 1'de gösterildiği üzere otlak alanı ayak izi, orman alanı ayak izi, balıkçılık sahası ayak izi, tarım arazisi ayak izi, yapılaşmış alan ayak izi ve karbon ayak izidir (WWF, 2010).

Şekil 1: Ekolojik ayak izi bileşenleri



Kaynak: WWF (2012: 25).

- Tarım alanları: Dünya Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), dünyada 1,5 milyar global hektar tarım alanı olduğunu, bunun 1,3 milyar global hektarının ekili alanlardan, 0,2 milyar global hektarının ise, ekili olmayan alanlardan (nadasa bırakılmış alanlar gibi) oluştuğunu tespit etmiştir (Wackernagel vd., 2005: 14).
- Otlaklar: Et, süt, yün üretimi için hayvanların otlatıldığı alanlardır. FAO dünyada 3,5 milyar global hektar doğal ve yarı doğal otlak olduğunu tespit etmiştir (Wackernagel vd., 2005: 15).
- Ormanlar: Tomruk ve yakacak odun ihtiyacının karşılandığı alanlardır. FAO'ya göre dünyada 3,8 milyar global hektar orman alanı mevcuttur. Enerjetik üretken alan olarak da kabul edilen orman alanları, atmosfere baskı yapan karbondioksitin (CO2) emilimini sağlamaktadır. Biyolojik üretken alan hesaplamalarında, atmosfere bırakılan karbondioksiti emebilecek ne kadar biyolojik üretken orman alanına ihtiyaç olduğu da dikkate alınmaktadır (Wackernagel vd., 2005: 15).
- Denizler: Okyanus ve karasularından oluşmaktadır. Bu alanda yaşayan balıklar ve su altı canlıları bu hesaplamada yer almaktadır. Denizler toplamı 2,3 milyar global hektardır (Wackernagel vd., 2005: 16).
- Yapılaşmış alanlar: Kara alanlarının 0,3 milyar global hektarını oluşturmaktadır. Konut yapımı, ulaşım, endüstriyel üretim ve su temini için gerekli alt yapılar biyolojik üretken alanın önemli bir kısmını kullanmaktadır (Wackernagel vd., 2005: 16).

1.3. Ekolojik Ayak İzinin Hesaplanması

Ekolojik ayak izi hesaplamaları yapılırken, iki temel dayanaktan yola çıkılmaktadır: Birincisi; tüketilen kaynakların ve üretilen atıkların izlenebilmesi, ikincisi ise; atıkların yok edilmesi için gereken biyolojik üretken alanın ölçülebilmesidir. Günümüzde bilim insanları tarafından, ekolojik ayak izi hesaplamaları birtakım matematiksel formül dizisiyle yapılabildiği gibi üretim, tüketim ve nüfus değişkenlerinin çarpımı gibi basitleştirilmiş şekilde de yapılabilmektedir (Çetin, 2015). Buna göre ekolojik ayak izi, aşağıdaki şekilde formüle edilebilmektedir:

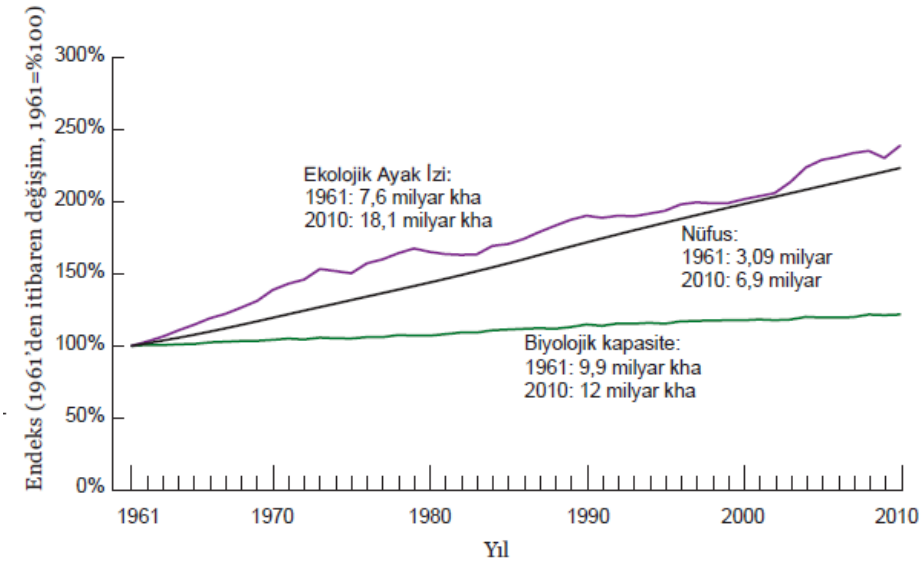
Ekolojik Ayak İzi (ha) = Tüketim x Üretim Alanı x Nüfus

1.4. Ekolojik Ayak İzi ve Biyokapasite İlişkisi

Ekolojik ayak izi, yeryüzünün kendini yenileme kapasitesi ya da biyokapasitesiyle yenilenebilir kaynakların tüketimini karşılaştırarak, insanın biyosferden talebini inceler. Biyokapasite, yenilenebilir kaynakların üretimi ve CO_2 emisyonlarının özümsenmesi için kullanılabilir alanın büyüklüğüdür (WWF, 2012). Ekolojik ayak izi ve biyokapasite küresel hektar (kha) diye adlandırılan ortak bir birimle ifade edilir. Dünyadaki ortalama üretkenlik dikkate alınarak, 1 kha bir hektar alanın biyolojik üretkenliğini temsil eder. Ekolojik ayak izi, uzun süreli aşırı tüketim eğilimi olduğunu gösterir. WWF'in tek dünya yaklaşımı yeryüzünün ekolojik sınırları göz önüne alınarak doğal sermayenin nasıl yönetileceğine ve paylaşılacağına dair çözümler sunar. Ayak izini; daha az doğal kaynak kullanıp daha fazlasını üreterek; daha iyi, daha akılcı ve daha az tüketerek azaltmak mümkündür (WWF, 2012).

Şekil 2'de insanlığın büyüyen ekolojik ayak izi gösterilmektedir. Kullanılan ekolojik hizmetlerin temini için ihtiyaç duyulan alanı ölçen ekolojik ayak izi, bu hizmetlerin sağlanması için elde var olan alandan yani küresel biyolojik kapasiteden daha hızlı artmıştır. Dünya üzerindeki verimlilik artışı, artan nüfusun taleplerini karşılamaya yetmemektedir (WWF, 2014).

Şekil 2: Büyüyen Küresel Ayak İzi 1961-2010



Kaynak: WWF (2014: 11)

Kullanılan ekolojik hizmetlerin temini için ihtiyaç duyulan alanı ölçen ekolojik ayak izi, bu hizmetlerin sağlanması için elde var olan alandan yani küresel biyolojik kapasiteden daha hızlı arttı. Dünya üzerindeki verimlilik artışı, artan nüfusun taleplerini karşılamaya yetmemektedir (Küresel Ayak İzi Ağı, 2014).

1.5. Dünya Ülkelerinin Ekolojik Ayak İzi Durumu

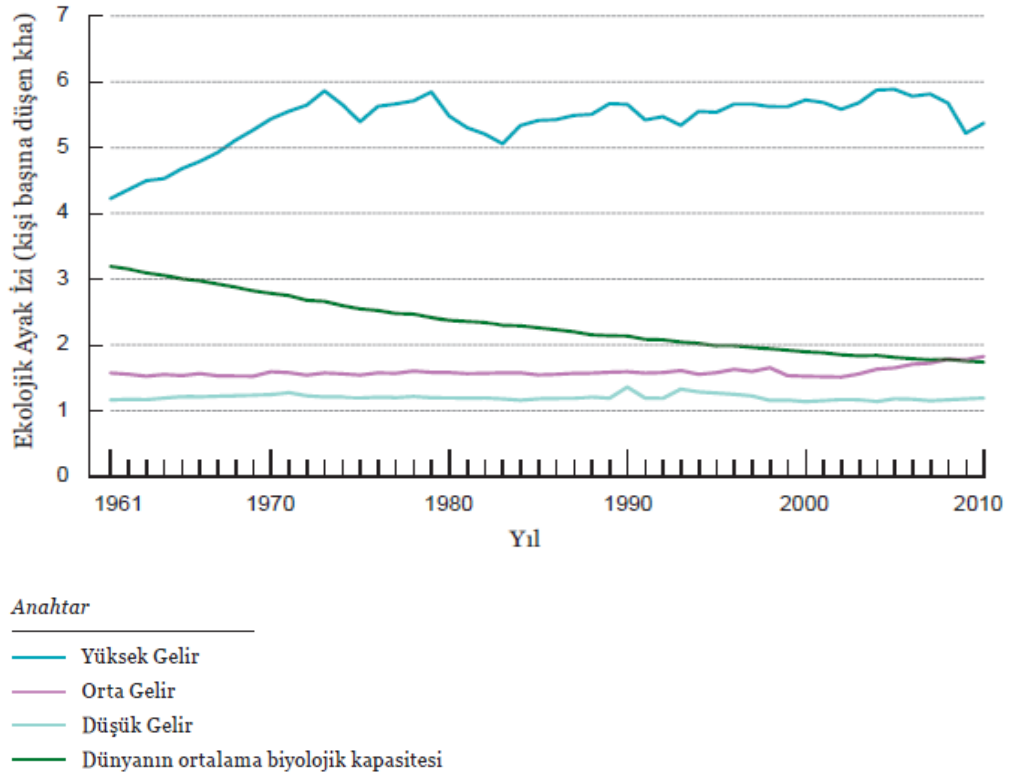
Yaşayan Gezegen Raporu 2014'e göre henüz hiçbir ülke, yüksek insani kalkınma ile birlikte küresel olarak sürdürülebilir bir ayak izine ulaşmayı başaramamıştır. Rapora göre, kişi başına düşen ekolojik ayak izi en yüksek 15 ülke aşağıdaki gibidir:

• Kuveyt, Katar, Birleşik Arap Emirlikleri, Danimarka, Belçika, Trinidad ve Tobago, Singapur, Amerika Birleşik Devletleri, Bahreyn, İsveç, Kanada, Hollanda, Avustralya, İrlanda, Finlandiya

Bir ülkede kişi başına düşen ekolojik ayak izinin büyüklüğünü ve bileşenlerini iki şey belirler: O ülkede yaşayan ortalama insanın kullandığı mal ve hizmetler ile fosil yakıtlar da dahil olmak üzere o mal ve hizmetlerin temini için kullanılan kaynakların verimliliği. Kişi başına düşen en büyük ekolojik ayak izine sahip 15 ülkenin çoğunun yüksek gelir düzeyine sahip olması ve hemen hemen hepsinde en büyük ayak izi bileşeninin karbon olması şaşırtıcı değildir (WWF, 2014).

Yaşayan Gezegen Raporu 2014'e göre, düşük gelirli ülkeler, en düşük ayak izine sahipken, ekosistem kaybından en çok zarar görenler de onlardır. Yarım yüzyılı aşkın süredir, yüksek gelir düzeyine sahip ülkelerin pek çoğunda kişi başına düşen ayak izi, dünyada kişi başına düşen biyolojik kapasitenin üzerinde seyrederken, yaşamları da çoğunlukla başka ülkelerin kaynaklarına bağlı olarak devam etmektedir. Buna karşılık aynı dönemde, görece daha küçük ayak izine sahip orta ve düşük gelirli ülkelerde çok daha küçük artışlar yaşanmıştır (WWF, 2014). Şekil 3'te ülkelerin ekolojik ayak izlerinin gelir düzeyleriyle ilişkisi ele alınmıştır.

Şekil 3: Yüksek, Orta Ve Düşük Gelir Düzeyine Sahip Ülkelerde 1961-2010 Arasında Kişi Başına Düşen Ekolojik Ayak İzi

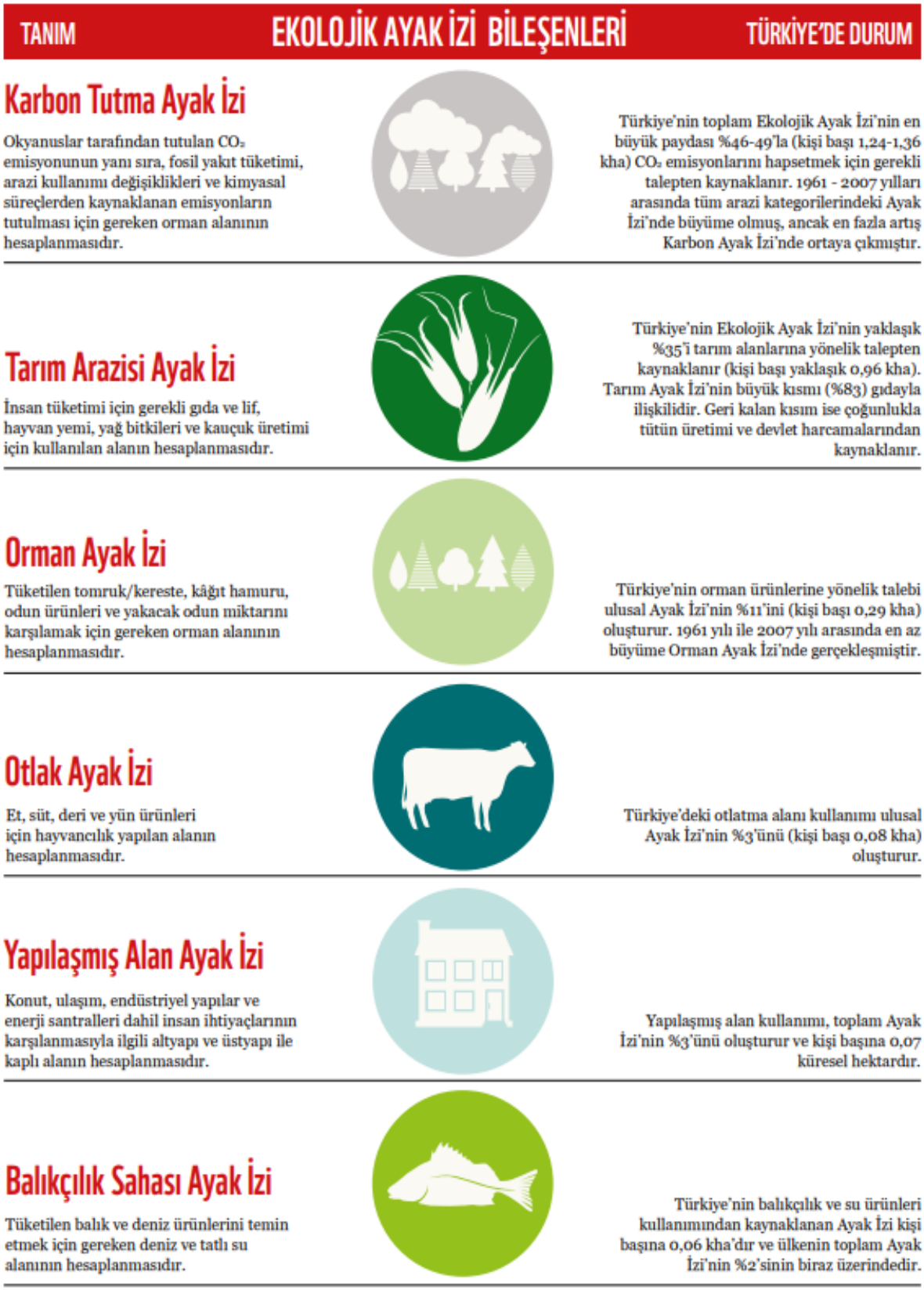


Kaynak: WWF (2014: 16).

1.6. Türkiye'nin Ekolojik Ayak İzi Raporu

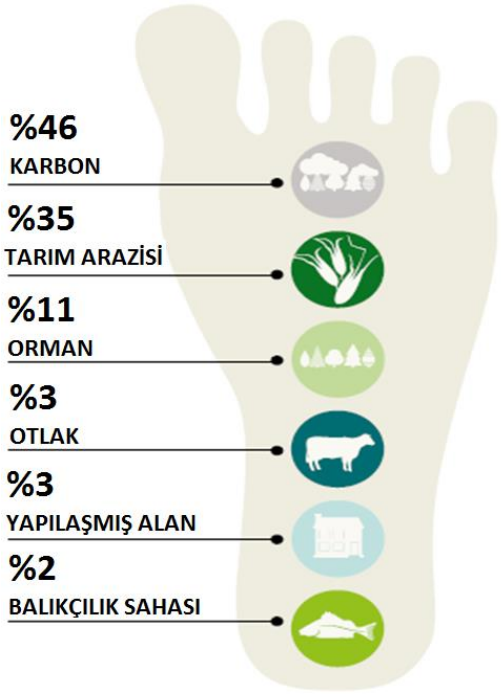
Ülkemizin ekolojik ayak izi bileşenlerinin dağılımı ve tüketim kategorileri Şekil 4, Şekil 5 ve Şekil 6'da gösterilmiştir.

Şekil 4: Türkiye'de Ekolojik Ayak İzi Bileşenlerinin Durumu



Kaynak: WWF (2012: 9).

Şekil 5: Türkiye'nin Ekolojik Ayak İzi bileşenleri



Kaynak: Türkiye'nin Ekolojik Ayak İzi Raporu (2012: 27).

Türkiye'nin ekolojik ayak izi bileşenlerinin en büyüğü %82'lik bir oranla kişisel tüketimdir (kişi başı 2,26 kha). Devletin yürütme, savunma ve refah dağılımı gibi çeşitli hizmetlerine bağlı olarak ortaya çıkan toplumsal tüketim ülkemizdeki ekolojik ayak izinin %5'ini oluşturur.

Şekil 6: Kişisel Ayak İzini Oluşturan Tüketim Kategorileri



Kaynak: Türkiye'nin Ekolojik Ayak İzi Raporu (2012: 39).

Kişisel tüketime bağlı ekolojik ayak izini ağırlıklı olarak gıda (%52) oluşturur (kişi başı 1,18 kha). Geri kalanı ise ürünlerden (%21) ve kişisel ulaşımdan (%15) kaynaklanır. Hizmetlerin ve konut harcamalarının ekolojik ayak izine katkısı daha azdır (%6'şar). Bununla birlikte, bir bireyin ayak izi, kamusal alan ve milli güvenlik gibi toplumsal etmenleri de içerir. Ancak bunlar kişisel ayak izi kategorisinde değil, toplumsal ayak izi kategorisinde incelenir (WWF, 2012).

1.7. Literatürde Ekolojik Ayak İzi

Sürdürülebilir yaşam göstergelerinden birisi olan ekolojik ayak izi dünya üzerinde bıraktığımız olumsuz etkileri sayısal olarak ifade ettiği için çevreye yönelik tutum ve davranışlarımızı olumlu yönde değiştirebilmemizde didaktik olarak sahip olduğumuz bilgilerden daha etkili bir eğitim aracıdır. Literatür incelendiğinde ekolojik ayak izinin yurt dışında sürdürülebilir yaşama yönelik bilgi, tutum ve davranışların geliştirilmesinde (Wada vd., 2007), okulların ve bireylerin sürdürülebilir olmayan yaşam tarzlarının tespit edilmesinde (Dawe vd., 2004), öğrencilerin tüketim alışkanlıklarının küresel ve bölgesel etkilerinin farkına varmalarını sağlamada etkili bir araç olduğunu gösteren birçok çalışma yapılmıştır.

Ryu ve Brody 2006, yaptıkları çalışmada sürdürülebilir kalkınma konusunda ekolojik ayak izi analizi kullanarak üniversite mezunlarına verilen disiplinler arası eğitimin öğrenmeyi, katılımcıların davranışlarını ve algılamalarını değiştirmeyi nasıl kolaylaştırdığını göstermişlerdir. Meyer 2004, çevre eğitimi aracı olarak kullanılan ekolojik ayak izi analizinin araştırmaya katılan bireylerin sürdürülebilir yaşama yönelik farkındalıklarını olumlu yönde artırdığı, tutumlarını orta derecede olumlu yönde geliştirdiği ve sürdürülebilir yaşama yönelik sorumlu davranışlar kazanmalarında etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ulusal boyutta sürdürülebilir yaşam için eğitim ve ekolojik ayak izi hesaplamalarını içeren (Keleş, 2007; Akıllı vd., 2008; Erdoğan ve Tuncer, 2009; Eren vd., 2016; Tosunoğlu, 2014) araştırmalar bulunmaktadır.

Öğretmenler ekolojik bilincin yaygınlaştırılmasında ve sürdürülebilir yaşam İlkelerinin öğrencilerin davranışlarına dönüştürülmesinde etkili bir role sahiptir. Bu rolü gerçekleştirebilmek için geleceğin öğretmenleri olacak öğrencilerin doğa üzerinde bıraktıkları olumsuz etkilerin sayısal değerleri konusunda fikir sahibi olmaları gerekmektedir (Keleş vd., 2008: 13). Ekolojik ayak izi çevresel problemler konusunda dünya üzerindeki etkimiz konusunda sayısal veriler sunarak çevre üzerindeki olumsuz etkilerimizi belirlememize fırsat sağlamaktadır. Bu çalışmada yüksek öğrenimin toplumun bilgi, beceri ve değerlerinin oluşturulmasında ve yaygınlaştırılmasında oynadığı kritik rol düşünülerek, gelecekte sürdürülebilir gelecek vizyonu geliştirebilmek için, Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesinde öğrenim gören öğretmen adaylarının ekolojik ayak izlerinin hesaplanarak doğa üzerinde bıraktıkları olumsuz etkilerin değerini ortaya koymak amaçlanmıştır.

2. YÖNTEM

Bu çalışmada küresel ölçekte bir kuruluş olan Dünya Doğayı Koruma Vakfı (World Wide Fund for Nature ya da kısaca WWF) tarafından hazırlanan, ekolojik ayak izi anketi ve hesaplama aracı kullanılmıştır. Anket ekolojik ayak izinin bileşenlerine göre hazırlanmış, gıda (4 soru), seyahat (4 soru), ev (6 soru) ve diğer (6 soru) kategorilerinde toplam 20 soru içermektedir.

Ekolojik ayak izi anketi 2017-2018 eğitim-öğretim döneminde Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Fen Bilgisi Öğretmenliği Bölümü'nde öğrenim gören toplam 150 öğretmen adayına bireysel olarak uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen tüm cevaplar internet sitesinde (ekolojikayakizim.org) verilen hesaplama aracına girilmiş ve tüketim alışkanlıklarıyla bireysel ekolojik ayak izi sonuçları hesaplama aracının hesaplamasına dayalı olarak elde edilmiştir.

3. BULGULAR

Öğrencilerin Ekolojik Ayak İzi anketine verdikleri yanıtların dağılımı tabloda verilmiştir.

Tablo 1: Gıda Kategorisi Yanıt Dağılımları

Gıda soruları ve yanıtlar	**Kişi**	**Yüzde**
Beslenme biçiminizi aşağıdakilerden hangisi en iyi tanımlar?		
Beslenme biçimimde et de yer alıyor.	147	98
Vejetaryenim.	2	1.33
Hayvansal hiçbir gıda tüketmiyorum.	1	0.67
Ne sıklıkla et yersiniz?		
Günde bir kereden fazla	3	2
Günde bir kere	10	6.67
Haftada birkaç kez	84	56
Haftada yalnızca bir kere	23	15.33
Ayda üç kereden az	30	20
Hangi sıklıkla organik et, sebze ve süt ürünleri satın alırsınız?		
Her zaman	18	12
Çoğunlukla	73	48.67
Bazen	54	36
Hiçbir zaman	5	3.33
Tükettiğiniz organik et, sebze ve süt ürünlerinin yaşadığınız bölgede üretilmiş olanlarını tercih eder misiniz?		
Her zaman	38	25.33
Sıklıkla	64	42,68
Bazen	40	26.66
Hiçbir zaman	8	5.33

Tablo 1'den elde edilen sonuçlar incelendiğinde;

• Katılımcıların yalnızca %1,33 ünün vejetaryen olduğu,

• Katılımcıların %56 sının haftada birkaç kez et tükettiği,

• Katılımcıların %12 sinin organik ürün tüketmeye her zaman dikkat ederek oluşan ayak izlerini %15 oranında azalttığı,

• Katılımcıların %25,33 ü her zaman tükettiği organik ürünleri yerel üretimden tercih ettiği sonuçlarına ulaşılmıştır.

Tablo 2: Seyahat Kategorisi Yanıt Dağılımları

Seyahat soruları ve yanıtlar	**Kişi**	**Yüzde**
Ulaşımınızı hangi araçla sağlıyorsunuz?		
Araba ya da motosiklet kullanmıyorum	76	50.67
Motosiklet	3	2
Araba	71	47.33
Okula gidiş-geliş dahil kişisel kullanımınız için haftada kaç saatinizi toplu taşıma araçlarında geçiriyorsunuz?		
Toplu taşıma araçlarını kullanmıyorum	64	42.67
2 saatten az	65	43.33
2-5 saat arası	13	8.66
5-15 saat arası	6	4
15-25 saat arası	1	0.67
25 saat ve üzeri	1	0.67
Kişisel amaçlarla otobüs, dolmuş gibi toplu taşıma araçlarında haftada kaç saat geçiriyorsunuz?		
Toplu taşıma araçlarını kullanmıyorum	30	20
1 saatten az	66	44
1-3 saat	40	26.67
3-6 saat	8	5.33
6-10 saat	5	3.33

10 saatten fazla	1	0.67
Son bir yıl içerisinde yurt içi kişisel uçak seyahatlerinizde kaç saat harcadınız?		
Hiç	126	84
12 saatten az	14	9.33
12-25 saat	7	4.66
25-35 saat	3	2.01
35 saatten fazla		
Son bir yıl içerisinde yurt dışına kişisel olarak uçak seyahatlerinizde kaç saat harcadınız?		
Hiç	143	95.34
12 saatten az	7	4.66
12-25 saat	0	0
25-35 saat	0	0
35 saatten fazla	0	0

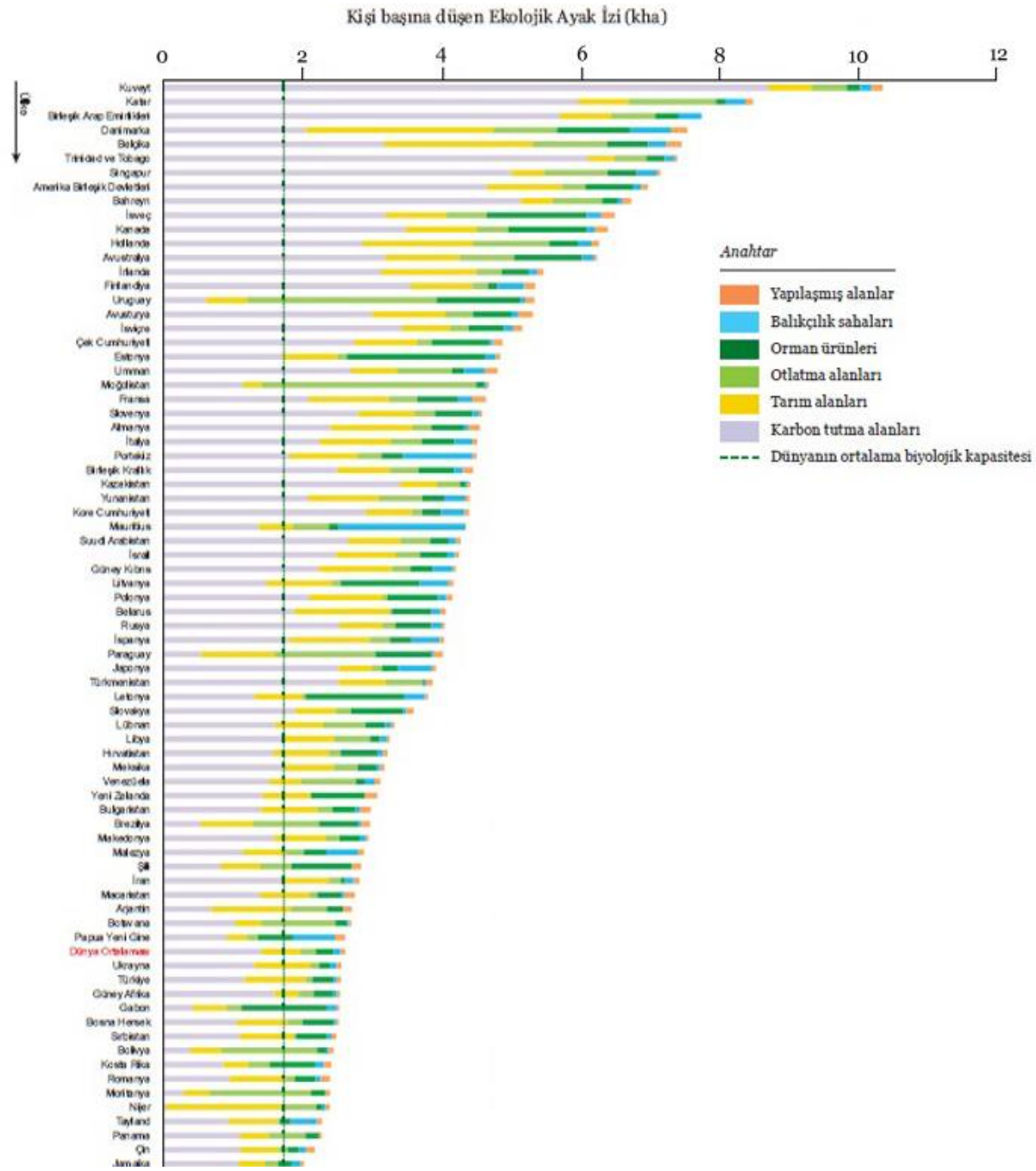
Tablo 2'deki verileri inceleyecek olursak;

- Katılımcıların %50,67 sinin kişisel araç kullanmadığı,
- Katılımcıların %43,33 ünün haftada 2 saatten az vaktini toplu taşıma araçlarında geçirdiği,
- Katılımcıların %84 ünün son bir yıl içerisinde yurt içi ve yurt dışına uçak seyahati yapmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

4. SONUÇ

Nüfusu 1 milyonun üzerinde ve eksiksiz veriye sahip olan bütün ülkeler Şekil 7'de karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır.

Şekil 7: Ülkelerin kişi başına düşen Ekolojik Ayak İzi, 2010.



Kaynak: (Küresel Ayak İzi Ağı, 2014).

Araştırmadan elde edilen bulgularla Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesinde öğrenim gören öğretmen adaylarının ekolojik ayak izleri hesaplanmıştır.

Tablo 3: Dünya ve Türkiye ortalaması ekolojik ayak izi değerleri

	Ekolojik Ayak izleri
Dünya ortalaması	2.7
Türkiye	2.3
TÜ Eğitim Fakültesi Öğretmen Adayları	1.89

Tablodaki değerler göz önünde bulundurulduğunda ankete katılan Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi öğrencilerinin Ekolojik Ayak İzlerinin Türkiye ve dünya ortalamasının altında olduğu görülmüştür. Türkiye'de tüketimin Ekolojik Ayak İzi, kişi başına küresel biyolojik kapasitenin %50 üzerindedir. Bu durum, dünya genelinde olduğu gibi, Türkiye'de de sürdürülebilir olmayan bir yaşam biçiminin işaretidir. Türkiye'de kişi başına 2,3 kha olan ulusal biyolojik kapasite dünya ortalamasının (2.7 kha/kişi) altında olduğu için, ulusal ekolojik borcumuz küresel açığımızdan çok daha yüksektir.

Yaşamımızı sürdürülebilir kılmak ve 'tek dünya' sınırları içinde yaşamak için hep birlikte hareket edilmelidir. Ayak izlerini küçültmek uluslararası alanda iş birliğini artırmaktan geçer. Ekolojik ayak izlerinin küçültülmesi işini, çevresel değerlere yönelik uluslararası sorumluluk anlayışıyla hem insanların hem de çevrenin geleceği için, barışçı yöntemlerle yerine getirmek gerekmektedir. Çevre ile yapılan savaşın galibi yoktur ve hiçbir zaman da olmayacaktır. Doğanın bozmakta olduğumuz dengesi, aslında bizim kendi dengemizdir.

Her bireyin yaşadığı çevrenin kendisine sunduğu olanakların farkına varması, dünya üzerinde bırakacağı izlerin kendisine ve gelecek nesillere nasıl yansıyacağını bilmesi ve eylemlerinin sorumluluğunu üstlenmesi açısından çevre farkındalığı büyük önem taşımaktadır. Çevre farkındalığının, güncel çevre problemlerine sonuç üretmeye yönelik adımlara yol açması ve bunun için Ekolojik Ayak İzi gibi farklı eğitsel araçlarla bu farkındalığın desteklenmesi gerekmektedir.

Bu çalışmada elde edilen sonuçlar ışığında Ekolojik Ayak İzi hesaplamalarının daha geniş çaplı örneklemler ve çeşitli değişkenler üzerinde uygulanması ve çevre farkındalığı artırma çalışmalarının sürdürülmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Akıllı, H., Kemahlı, F., Okudan, K. & Polat, F. (2008). Ekolojik Ayak İzinin Kavramsal İçeriği ve Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde Bireysel Ekolojik Ayak İzi Hesaplaması. Akdeniz I.I.B.F. Dergisi, 15, 1-25.

Çetin, F. (2015). Ekolojik Ayak İzi Eğitiminin 8. Sınıf Öğrencilerinin Sürdürülebilir Yaşama Yönelik Tutum, Farkındalık Ve Davranış Düzeyine Etkisi. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Dawe, F. M. G., Vetter, A. & Martin, S. (2004). An Overview of Ecological Footprinting and Other Tools and Their Application to the Development of Sustainability Process: Audit and Methodology at Holme Lacy College, UK. International Journal of Sustainability in Higher Education, 5(4), 340 –371.

Erdoğan, M. & Tuncer, G. (2009). Evaluation of a Course: "Education and Awareness for Sustainability". International Journal of Environmental & Science Education, 4(2), 133-146.

Eren, B., Aygün, A., Chabanov, D. & Akman, N. (2016). Mühendislik Öğrencileri Ekolojik Ayak İzinin Belirlenmesi. Uluslararası Mühendislik ve Teknoloji Araştırmaları Dergisi, 1(1), 7-12.

Keleş, Ö. (2007). Sürdürülebilir yaşama yönelik çevre eğitimi aracı olarak ekolojik ayak izinin uygulanması ve değerlendirilmesi. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Keleş, Ö., Uzun, N., & Özsoy, S. (2008). Öğretmen adaylarının ekolojik ayak izlerinin hesaplanması ve değerlendirilmesi. Ege Eğitim Dergisi, 9(2).

Küresel Ayak İzi Ağı (2014). Footprint for Nations. Global Footprint Network.

Meyer, V. (2004). The Ecological Footprints as an Environmental Education Tool for Knowledge, Attitude and Behaviour Changes Towards Sustainable Living. MS Thesis, University of South Africa, Africa.

Ruževičius, J. (2010). Ecological footprint as an indicator of sustainable development. Economics and Management, 15, 711-718.

Ryu, H. C. & Brody, S. D. (2006). Examining the impacts of a graduate course on sustainable development using ecological footprint analysis. International Journal of Sustainability in Higher Education, 7(2), 158-175.

Tosunoğlu, B. T. (2014). Sürdürülebilir Küresel Refah Göstergesi Olarak Ekolojik Ayak İzi. Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi, 3(5).

Türkiye'nin ekolojik ayak izi raporu, 2012.

Wackernagel, M., Monfreda, C., Moran, D., Wermer, P., Goldfinger, S., Deumling, D. & Murray, M. (2005). National footprint and biocapacity accounts 2005: the underlying calculation method.

Wada, Y., Izumi, K. & Mashiba, T. (2007). Development of a web-based personal ecological footprint calculator for the japanese. In International Ecological Footprint Conference (pp. 8-10).

Wilson, J. & Anielski, M. (2005). Ecological footprints of Canadian municipalities and regions. Canadin Federation of Canadian Municipalities. S.5.

WWF (2010). Yaşayan gezegen raporu.

WWF (2012). Living planet report.

WWF (2014). Ekolojik ayak izi hesap makinesi.

WWF (2014). Living planet report 2014.

Öğretmen Adaylarının Çevresel Tutumlarının Yeni Çevresel Paradigma Ölçeği İle İncelenmesi

Dr. Öğr. Üy. Nurcan Özkan[1] Büşra Şafak[2]

[1]Trakya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Bölümü, nurcanozkan@hotmail.com

[2]Trakya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Fen Eğitimi Bölümü, busrasafak39@hotmail.com

Özet: Çevre sorunlarının küreselleşmesi ve gezegendeki yaşamı tehdit eder noktaya gelmesi, insanların doğa ile ilişkilerini ve çevreye karşı tutum ve davranışlarını, doğaya karşı bireylerin üstlendikleri görev ve sorumluluklarını tekrar gözden geçirmeye, ekolojik kültür ve çevre bilincini tekrar tanımlamaya yöneltmiştir. Çevre tahribatının, günümüz toplumlarının en başta gelen sorunlarından birisi olma olgusuna paralel olarak, son yıllarda sosyoloji fiziksel çevre ile daha fazla ilgilenmeye başlamış ve insan hakkındaki egemen paradigmada önemli ölçüde değişiklikler yapılmıştır. Önceki "Bağışık İnsan Paradigması" (Human Exceptionalism Paradigm) yani, "insanın Dünya üzerindeki tüm diğer yaratıklardan köklü bir biçimde farklı ve diğerleri üzerinde egemen olduğu görüşü büyük ölçüde terk edilerek, kültür ve teknoloji gibi ayırıcı özellikleri olmakla birlikte, küresel eko-sistem içinde insanoğlu, diğer türlerle bağımlılık içindedir ve ekolojik yasalar hiçbir zaman yok farz edilemez" biçiminde özetlenen Yeni Ekolojik Paradigmaya (New Ecological Paradigm) geçiş süreci başlamıştır. Bu çalışmanın amacı, geleceğin eğitimli bireyleri arasında olacak ve toplumun eğitimine yön verecek lisans öğrencilerinin yetiştirildiği eğitim fakültelerinde öğretmen adaylarının çevreye yönelik tutumlarının incelenmesidir. Araştırma, betimsel araştırma yöntemlerinden kesitsel tarama modelinde yapılmıştır. Araştırmanın örneklemini 2017–2018 eğitim-öğretim yılı Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesinde eğitim gören seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden uygun örnekleme yoluyla seçilmiş 140 öğrenci oluşturmaktadır. Öğrencilerin çevresel tutumları "yeni çevresel paradigma ölçeği" ile belirlenmiştir. Öğrencilerin ölçekte yer alan 15 madde veya ifadeye katılım düzeyleri için beşli Likert tipi derecelendirme kullanılmıştır Yeni çevresel paradigma ölçeği kullanılarak öğretmen adaylarının çevreye yönelik tutumlarının belirlenmeye çalışıldığı bu araştırmada, cevaplayıcılar arasında doğa merkezli bir anlayışın daha yaygın olduğu görülmüştür. Gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye'de de öğretmen adaylarının çevre duyarlılığına sahip olduğu belirlenmiştir. Benimsediği görüşle öğrencilerini eğitecek öğretmen adaylarına her branşta, branşın doğasına uygun olarak çevre eğitimi dersi verilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yeni çevresel paradigma, çevre eğitimi, çevresel tutum

1. GİRİŞ

1.1.İnsan ve Çevre Etkileşimi

Çevre, insanların ortak varlığını oluşturan değerler bütünüdür. İnsanoğlu var olduğu andan itibaren çevresiyle bir etkileşim içerisindedir. Bu etkileşim yaşamı için gerekli olan ihtiyaçlarını karşılamaya yöneliktir. İnsanoğlu; çevreyi önceleri olduğu gibi kabul etmek zorunda kalırken daha sonra artan bilgi ve becerisi sayesinde çevresine egemen olmaya başlamıştır. Son birkaç yılda bilim ve teknolojide yaşanan gelişmeler bir yandan insan hayatını kolaylaştırırken diğer yandan doğal kaynakların tükenmesi, toprak, hava ve su kirliliği gibi sorunları tetiklemiştir. Artan insan nüfusu ve tüketim hızı bu şekilde devam ettikçe sonraki nesillerin de gelecekte aynı yaşam standartlarına sahip olamayacağından endişe edilmektedir (Sam vd., 2010: 3).

Çevre sorunlarının küreselleşmesi ve gezegendeki yaşamı tehdit eder noktaya gelmesi, insanların doğayla olan ilişkilerini ve çevreye karşı tutum ve davranışlarını, doğaya karşı bireylerin üstlendikleri görev ve sorumluluklarını tekrar gözden geçirmeye, ekolojik kültür ve çevre bilincini yeniden tanımlamaya yöneltmiştir (Ponting, 2000: 23)

Bütün toplumlarda yer alan temel araştırma konularından biri, insan ve dış dünya (doğa) arasındaki ilişkidir. "Insanın doğadan ayrı hatta bir anlamda daha üstün mü" (anthropocentrism-insan merkezcilik) yoksa "doğanın ayrılmaz bir parçası mı" (ecocentrism-çevre merkezcilik) olduğu konusundaki görüşler toplumsal çevresel değer ve tutumların oluşumunda önem taşımaktadır (Tuna, 2006: 17).

Son otuz yılda çevre ile daha fazla ilgilenilmeye başlanmış ve insan hakkındaki egemen paradigmada önemli ölçüde değişiklikler yapılmıştır. Önceki "Bağışık İnsan Paradigması" (Human Exceptionalism Paradigm) ya da daha açık bir anlatım ile, "insanın dünya üzerindeki tüm diğer yaratıklardan köklü bir biçimde farklı ve diğerleri üzerinde egemen olduğu görüşü büyük ölçüde terk edilerek, "kültür ve teknoloji gibi ayırıcı özellikleri olmakla birlikte, küresel eko- sistem içinde insanoğlu, diğer türlerle bağımlılık içindedir ve ekolojik yasalar hiçbir zaman

yok farz edilemez" biçiminde özetlenen "Yeni Ekolojik Paradigma" (New Ecological Paradigmaya) geçiş süreci başlamıştır (Catton ve Dunlap, 1980).

Bu doğrultuda literatürdeki çalışmada kullanılan ölçek ile yapılmış araştırmalar gözden geçirilmiştir. Thapa (1999) çalışmasında üniversite öğrencilerinin çevresel tutum ve davranışları arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Bechtel vd., (1999) Amerika, Brezilya ve Meksika'daki üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada Yeni Çevresel Paradigma ve İnsanın İstisnalığı Paradigmasını kullanarak insan merkezci ve çevre merkezci tutumları analiz etmişlerdir. Vikan vd., (2007) yaptıkları çalışmada, üniversite öğrencilerinin çevresel tutumları üzerinde cinsiyet ve kültürel farklılıkların etkisini araştırmışlardır.

Ülkemizde yapılan çalışmalara bakıldığında ise, bu konuda yapılan ilk çalışmanın Furman (1998) tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir. Söz konusu çalışmada İstanbul'da yaşayan kişilerin çevre ve çevre sorunları hakkındaki düşünceleri analiz edilmiştir. Günden ve Miran (2008) Yeni Çevresel Paradigma Ölçeği'ni kullanarak çiftçilerin çevresel tutumlarını belirlemeye çalışmışlardır. Işıldar (2008)'de yaptığı çalışmada meslek yüksek okulları boyutunda çevre eğitiminin çevreci yaklaşımlar ve davranışlar üzerindeki etkilerini değerlendirmiştir. Erdoğan (2009) tarafından yapılan çalışmada dört farklı üniversitedeki öğrencilerin çevresel tutumları analiz edilmiştir. Demirel vd., (2009) ise, rekreasyonel aktivitelere katılımın çevreye yönelik tutum üzerindeki etkisini ve yeni ekolojik paradigma ölçeğinin geçerliliği ve güvenirliğini analiz etmişlerdir.

1.2. Çevre Eğitimi

Özellikle son yıllarda eğitim – öğretim ile çevre sorunları arasındaki ilişki tekrar irdelenmeye; öğretmenlerin, okulların, ders programlarının çevre duyarlılığı ve ekolojik bilinci yüksek bireyler yetiştirmeye uygunluğu tekrar sorgulanmaya başlanmıştır. Çevre eğitimi bilgi vermenin yanında insan davranışını da etkilemelidir. Olumlu ve kalıcı davranış değişiklikleri kazandırmak ve sorunların çözümünde bireylerin aktif katılımını sağlamak gerekmektedir. Çevre ve çevreye yönelik konular üzerinde olumlu tutuma sahip bireylere ihtiyacımız vardır (Erkal vd., 2012: 34).

Ülkemizde ilköğretim düzeyinde çevre eğitimi özel ve ayrı bir alan olarak verilmemektedir. Çevre eğitimini, ilköğretimde farklı dersler içinde farklı alan öğretmenleri ile sınıf öğretmenleri vermektedir. Çevre eğitimini verecek olan ilköğretim öğretmen adaylarının bu alandaki inançlarının araştırılması önemli bir konudur. Bu araştırmanın amacı öğretmen adaylarının çevresel tutumlarının yeni çevresel paradigma ölçeği ile incelenmesidir.

2. YÖNTEM

2.1.Araştırma Grubu

Araştırmaya 2017- 2018 öğretim yılında Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesinde öğrenim gören toplam 140 öğretmen adayı katılmıştır. Çalışmada veriler "Yeni Ekolojik Paradigma Ölçeği" ile toplanmıştır.

2.2.Veri Toplama Aracı

Dunlap ve Van Liere tarafından 1978 yılında geliştirilen NEP (New Ecological Paradigm Scale) ölçeği, endüstriyel toplumun insanı üstün gören-egemen toplumsal paradigmasına çevreci bir alternatif geliştirmiştir. Bu yeni paradigmaya göre "insan ve doğadaki diğer varlıklar arasında bir üstünlük/egemenlik ilişkisi değil, karşılıklı bağımlılık ilişkisi söz konusudur" (Tuna, 2006: 17). Dunlap ve Van Liere tarafında geliştirilen 12 adet likert tipi yargıdan oluşan ölçek daha sonra Dunlap vd., (2000) tarafından ölçeğe yeni bileşenler eklenerek revize edilmiştir. Yeniden düzenlenen "Yeni Çevresel Paradigma Ölçeği (New Ecological Paradigm Scale-NEP)" yetişkinlerin çevresel tutumlarını belirlemeye yönelik olarak geliştirilmiştir. 15 maddeden oluşan ölçekte Likert tipi 5"li derecelendirme kullanılmıştır. Bu yargıların sekizi (1,3,5,7,9,11,13,15) doğa merkezli bir görüşü savunan ifadelerdir ve (5=Kesinlikle Katılıyorum; 1=Kesinlikle Katılmıyorum). Kalan yedi madde ise (2,4,6,8,10,12,14) çevreci yönelim aleyhine olan ve insan merkezli görüşü savunan ifadelerdir. İnsan merkezli görüşü savunan bu yedi ifade tersten kodlanmıştır (1=Kesinlikle Katılıyorum; 5=Kesinlikle Katılmıyorum). Ölçekten alınan yüksek değerler 'çevre-merkezci yaklaşımları ölçen soru grubunda, çevre bilincinin arttığını; 'insan-merkezci yaklaşımları ölçen sorularda ise, çevre bilincinin tam oluşmadığını göstermektedir (Işıldar, 2008).

2.3. Verilerin Analizi

Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde SPSS 25 paket programı ve Excel programı kullanılmıştır. Verilerin analizinde betimsel istatistiklerden yararlanılmıştır.

3. BULGULAR

Öğretmen adaylarına uygulanan Yeni Çevre Paradigması Ölçeğinden elde edilen veriler Tablo.1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Yeni Çevre Paradigması Ölçeğinden Elde Edilen Veriler

Maddeler	Toplam puan	N	Ortalama
1.Nüfus dünyanın tasıma kapasitesinin üstünde bir hızla artmaktadır.	492	140	3.51
*2.İnsanlar kendi istek ve arzuları doğrultusunda doğayı değiştirme hakkına sahiptirler.	570	140	4.07
3.İnsanoğlunun doğaya müdahalesi genellikle felaketlerle sonuçlanır.	526	140	3.75
*4.İnsanoğlu aklı ve yaratıcılığı sayesinde, her durumda dünyayı yaşanabilir kılacaktır.	470	140	3.35
5. İnsanlar doğayı ve doğal kaynakları aşırı kullanmakta ve tüketmektedirler.	545	140	3.89
***6.Aslında doğru kullanmayı ve geliştirmeyi bildiğimiz takdirde dünyadaki doğal kaynaklar sınırsızdır.**	**277**	**140**	**1.97**
7. Hayvanlar ve bitkilerde en az insanlar kadar yasama hakkına sahiptirler.	**662**	**140**	**4.72**
*8.Doğanın modern endüstrileşmiş toplumların tüm negatif etkilerini bertaraf edecek kadar güçlü bir dengesi vardır.	352	140	2.51
9. İnsanoğlu zekâ gibi çok özel yeteneklere sahip olsa da yine de doğa kanunlarına tabiidir.	399	140	2.85
*10.Ekolojik kriz denilen olay çok fazla abartılmaktadır.	515	140	3.67
11.Dünya bir uzay gemisi gibi sınırlı bir alana ve kaynaklara sahiptir.	423	140	3.02
*12.İnsanoğlu doğaya hükmetme hakkına sahiptir.	535	140	3.78
13. Doğanın çok çabuk bozulabilecek kadar çok hassas bir dengesi vardır.	550	140	3.92
*14.İnsan düşünce gücü ve zekâsı sayesinde doğanın tüm inceliklerini öğrenecek ve onu istediği gibi kontrol altına alacaktır.	478	140	3.41
15. Bugünkü tüketim alışkanlıkları değiştirilmezse ileride çok büyük çevre problemleri ile karsı karsıya gelinecektir.	601	140	4.29
TOPLAM	7395	140	52.82

Hesaplama yapılırken * işaretli yargılar tersten kodlanmıştır.

*Bu ifadeler doğa merkezli bir dünya görüşünü değil, insan merkezli dünya görüşünü savunmaktadır.

4. SONUÇ

Yeni Çevre Paradigması ölçeğinde bulunan maddeler "doğa merkezli dünya görüşü" ve "insan merkezli dünya görüşü" olmak üzere kategorize edilmiştir. Maddelerin yedisi (2,4,6,8,10,12,14) insan merkezli dünya görüşünü desteklemektedir. Bu maddeler "*" ifadesi ile belirtilmiştir, fakat öğrencilere uygulanan anketler üzerinde "*" ifadesi kullanılmamıştır. Değerlendirme aşamasında bu maddelere tersten kodlama uygulanmıştır. Elde edilen veriler ışığında bazı maddelerin öğrenciler tarafından daha fazla tercih edildiği görülmüştür. Bu maddeler tabloda koyu renkle belirtilmiştir. Maddelerin öğrencilerin tutumuna yansıtılaacağı düşünüldüğünde en olumlu tutum "hayvanlar ve bitkilerin de en az insanlar kadar yaşama hakkına sahip olması" ve "doğru kullanmayı ve geliştirmeyi bildiğimiz takdirde dünyadaki doğal kaynaklar sınırsızdır" maddelerinde sergilenmiştir. Işıldar'ın (2008)'de yapmış olduğu çalışmada da "hayvanlar ve bitkilerin de en az insanlar kadar yaşama hakkına sahip olması" maddesi en yüksek ortalamaya sahip olan madde olarak bulunmuştur.

Ölçeğin her maddesi için verilen yanıtlar ayrı ayrı puanlanmıştır. Her bir madde için 140 öğrenciden alınan puan toplamı hesaplanmıştır. Daha sonra bu değerin kişi sayısına bölünmesiyle ortalama puan değerine ulaşılmıştır. Bunun sonucunda öğretmen adaylarının çevreye olan yaklaşımları 52.82 değeriyle orta düzeyin üzerinde olumlu olmuştur. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde üniversite öğrencileri arasında kayda değer düzeyde çevre duyarlılığı ve farkındalığı olması beklenen ve istenen bir durumdur. Bu durum, öğrencilerin çevreye yönelik yaklaşımlarının kendilerini de değiştirmeleri gerektiği noktasından hareketle, doğanın geri kalan kısmı ile doğrudan bir bağımlılık ilişkisi içinde var olmaları gerektiğini düşünmeye başladıkları şeklinde yorumlanabilir.

Ders müfredatlarına çevreyle ilgili derslerin eklenmesi, konuyla ilgili konferans, kongre, sempozyum ve kurumsal hizmet içi eğitim çalışmaları gibi eğitim-öğretim faaliyetlerinin düzenlenmesi çevresel duyarlılığın güçlendirilmesine katkıda bulunabilir. Öğrencilerin sahip oldukları insan merkezli bakış açılarının yönü, doğa merkezli bir bakış açısına doğru yönlendirilebilir. Böylelikle çevreye duyarlı gelecek nesillerin yetişmesi için daha elverişli bir ortam hazırlanmış olur.

KAYNAKÇA

Bechtel, R. B., Verdugo, V. C. & de Queiroz Pinheiro, J. (1999). Environmental belief systems: United States, Brazil, and Mexico. Journal of Cross-Cultural Psychology, 30(1), 122-128.

Catton Jr, W. R. & Dunlap, R. E. (1980). A new ecological paradigm for post-exuberant sociology. American behavioral scientist, 24(1), 15-47.

Demirel, M., Gürbüz, B. & Karaküçük, S. (2009). Rekreasyonel Aktivitelere Katılımın Çevreye Yönelik Tutum Üzerindeki Etkisi ve Yeni Ekolojik Paradigma Ölçeği'nin Geçerliği ve Güvenirliği'. Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 7(2), 47-50.

Dunlap, R. E., Van Liere, K. D., Mertig, A. G. & Jones, R. E. (2000). New trends in measuring environmental attitudes: measuring endorsement of the new ecological paradigm: a revised NEP scale. Journal of social issues, 56(3), 425-442.

Erdoğan, M. (2009). Fifth grade students' environmental literacy and the factors affecting students' environmentally responsible behaviors. Unpublished PhD thesis, Middle East Technical University, Ankara.

Erkal S, Kılıç, İ, Şahin, H. (2012). Üniversite öğrencilerinin çevresel tutumlarının yeni çevresel paradigma ölçeği ile incelenmesi Eğitim Araştırmaları Dergisi, 49, 21-40.

Furman, A. (1998). A note on environmental concern in a developing country: Results from an Istanbul survey. Environment and Behavior, 30(4), 520-534.

Günden, C. & Miran, B. (2008). Yeni Çevresel Paradigma Ölçeğiyle Çiftçilerin Çevre Tutumunun Belirlenmesi: İzmir İli Torbalı İlçesi Örneği. Ekoloji Dergisi, 17(69).

Işıldar, G. (2008). Meslek yüksek okulları boyutunda çevre eğitiminin çevreci yaklaşımlar ve davranışlar üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi. Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 6(4), 759-778.

Ponting, C. (2000). Dünyanın yeşil tarihi: çevre ve uygarlıkların çöküşü. İstanbul: Sabancı Üniversitesi.

Sam, N., Sam, R. & Öngen, K. B. (2010). Üniversite öğrencilerinin çevresel tutumlarının yeni çevresel paradigma ve benlik saygısı ölçeği ile incelenmesi. Akademik Bakış Dergisi, 21, 1-16.

Thapa, B. (1999). Environmentalism: The relation of environmental attitudes and environmentally responsible behaviors among undergraduate students. Bulletin of Science, Technology & Society, 19(5), 426-438.

Tuna, M. (2006). Türkiye'de çevrecilik: Türkiye'de çevreye ilişkin toplumsal eğilimler. Nobel Yayın Dağıtım.

Vikan, A., Camino, C., Biaggio, A. & Nordvik, H. (2007). Endorsement of the new ecological paradigm. Environment and Behavior, 39(2), 217-228.

Edirne İli Ortaöğretimde Biyoloji Öğretmenlerinin Materyal Kullanım Sıklığının İncelenmesi

Dr. Öğr. Üy. Nurcan Özkan[1] **Serap Öztürk[2]**

[1]Trakya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Bölümü, nurcanozkan@hotmail.com

[2]Trakya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Fen Eğitimi Bölümü, serapozturk012@gmail.com

Özet: Materyal kullanımı öğretimde verimliliği arttırarak, kalıcı bilgi oluşturmada ve başarı oranını arttırmada büyük ölçüde etkili olmakta ve öğrencilerin öğrenmelerini zenginleştirmektedir. Klasik ders işleme ile sıkılan öğrencilere, farklı öğretim yöntemleri ve materyal kullanımı ile ders ilginç hale getirilmiş olur. Böylece öğrencilerin ilgisinin ders süresince devamlılığı sağlanmış olmaktadır.

Bu çalışmada, 2010-2011 öğretim yılının birinci yarıyılında Edirne il sınırları içinde ortaöğretim okullarında biyoloji öğretmenlerinin derslerde kullanılan bazı materyalleri kullanım durumlarının sıklığı araştırıldı. Örneklemi 60 biyoloji öğretmeni oluşturdu. Öğretmenlerin araç-gereç kullanımındaki yeterlilik durumları 24 sorudan oluşan bir ölçek kullanılarak incelendi. Araştırma betimsel yapıdadır. Var olan bir durumu betimlemeyi amaçlayan tarama modelindedir. Ölçekte yer alan sorular, "5'li Likert Tipi Ölçek" formunda hazırlandı ve aralıklar eşit seçildi (4/5=0.80). Nicel verilerin analizinde sorulara verilen cevapların yüzde dağılımları hesaplandı. Araştırmaya katılan biyoloji öğretmenlerinin araç-gereç kullanımına yönelik tutumları çoğunlukla olumlu bulundu.

Teşekkür: Bu çalışma, Trakya Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projesi Birimi tarafından desteklenmiştir (TÜBAP-2010-78) ve projenin bir bölümünü içermektedir.

Anahtar Kelimeler: Materyal Kullanım Sıklığı, Biyoloji Öğretmeni, Ortaöğretim, Edirne

1. GİRİŞ

Toplumdaki bireylerin, uyum içinde yaşayabilmesi için en kısa yol eğitimdir. Eğitim, insanın yeteneklerinin açığa çıkarılmasına, daha güçlü, daha olgun bir varlık olarak gelişmesine hizmet etmektedir. Eğitim ortamının içinde her türlü araç, gereç, mekân, donanım mevcuttur ve temel işlevi eğitim süreçlerine etkililik, zenginlik ve çeşitlilik sağlamaktır.

Genel olarak eğitim ortamının dört unsurdan meydana geldiğini söyleyebiliriz. Bunlar; öğretmen, öğrenci, iletişimin gerçekleştiği fiziksel ortam ve öğretilecek konu içeriğidir. Öğretmen, öğrenci ve öğretilecek konu belirlendiğinde etkili ve verimli bir eğitim sağlamada içinde çeşitli araç ve gereçlerin de bulunduğu fiziksel ortam önem taşımaktadır (Uçar, 1999).

Eğitim sistemlerinin başarısı, öğretmenlerin nitelikleri ile ilgilidir. Yapılan çalışmalarda, motivasyon ve tutum arasında bir ilişkinin var olduğu bildirilmiştir. Dolayısıyla öğretmenlerin motivasyonu öğrenci başarısını etkilemektedir. Öğretmenlerin tutum ve davranışlarının da öğrenciler üzerinde etkili olduğu saptanmıştır (Altınok, 2004; Çeliköz ve Çetin, 2004).

Öğrenme ve öğretmeyi gerçek anlamda aktarabilmek için biyoloji eğitiminde materyal kullanımının başka bir deyişle teknolojinin önemi kaçınılamaz. Öğrenme-öğretme sürecindeki materyaller çoğunlukla öğretimi desteklemek amacıyla kullanılır. İyi hazırlanmış materyaller öğretim sürecini önemli ölçüde zenginleştirmektedir.

Öğretim materyalleri, öğretme-öğrenme sürecinin temel öğelerinden biridir. Öğrencilerde amaçlanan bilgi, beceri, tutum ve değerleri geliştirmede kullanılan tüm araç, gereç, kaynaklar öğretim materyalini oluşturur (Paykoç, 1991). Materyal seçimi, önemli unsurlardan biridir. Sınıfın potansiyeli, dersin ve konunun içeriği ve öğretmenin bu konudaki yeteneği materyal seçimini etkileyen en önemli unsurlardandır.

Materyal kullanımının birden çok faydasından bahsedilebilir. Öğretmenlerin konuyu etkili biçimde aktarması, zamandan tasarruf edilmesini sağlamak gibi yararlarının yanında öğrenciler üzerinde sağladıkları olumlu etkilerden bahsetmek gerekmektedir. Eğitimde materyal kullanımı, algılama ve öğrenmeyi kolaylaştırır, ilgi uyandırır, sınıfa canlılık getirir, öğrenmede zamanı kısaltır, bilgiyi pekiştirir ve kalıcılığa yardımcı olur. Öğrencilerin derse katılımlarını sağlar, okuma ve araştırma arzusu uyandırır. Yanına gidilmesi veya sınıfa getirilmesi mümkün olmayan olay, olgu ve varlıkları, gerçek yüzleriyle sınıf ortamına taşır (Doğdu ve Arslan, 1993).

Öğretmenlerin eğitim araçlarını kullanmaları, eğitim araç-gereçlerinin öğretmenin yerini alacağı demek değildir. Aksine eğitim araçları öğretmenlerin sadece bilgi dağıtan kişiler olmak yerine öğrenme deneyiminin yaratıcı yöneticileri pozisyonuna gelmesini sağlar (Heinich vd., 1993).

Öğretmenlerin sorumlu oldukları dersleri öğrencilere aktarırken çok çeşitli imkân ve yöntemleri bulunmaktadır. Öğretmenin iletiyi (mesajı) öğrenciye en iyi şekilde aktarması, öğrencinin onu kavramasını sağlayacaktır. Bu konu üzerinde yapılan çalışmalar incelendiğinde sadece sözel olarak yapılan bilgi aktarımı akılda yeterince kalmamakta, etkili bir öğreti sağlanması için diğer duyuları (duyma, görme, dokunma) da kullanmak gereklidir. Diğer duyuların kullanıldığı öğretiler beş kata kadar daha fazla etki gösterdiği bildirilmektedir. Bu konu üzerinde uzun süredir durularak eğitim öğretimde kullanılmak üzere çeşitli materyaller geliştirilmiştir. Bu materyaller gelişen teknoloji ile çeşitlenme ve gelişme göstermektedir.

Berck (1999)'e göre materyaller olmaksızın biyoloji dersi gerçekleştirilemez. Ayrıca hiç kimse günümüzde materyallerin sunduğu imkânlardan vazgeçemez. Biyoloji dersi için materyal kullanmadaki zorluk bir konu hakkında en faydalı materyali seçmektir. Özellikle etkili bir materyal yoktur ve bir materyal belirli bir öğrenmeyi desteklemez. Bu materyalin özelliklerinden her biri belirli öğrenci gruplarında özel bir öğrenme sağlamalıdır.

Öğretim materyalleri etkili öğretim yönteminde kullanılan malzemelerdir. Materyalin kullanılış amacı; öğretilecek konular arasındaki ilişkileri modellemek, öğrenilecek konuyu basitleştirmek, somutlaştırmak, dikkati çektirmek, birden fazla duyu organını etkileyerek derste motivasyonu artırmaktır. Böylece öğrenilecek bilgi, "kuru bilgi" olmaktan kurtarılıp yaşamla ilişkilendirilerek canlandırılacaktır. Dolayısıyla öğrenme-öğretme sürecinde öğretim materyalleri önemli bir katkı sağlar.

Silberman'a (1996) göre doğru materyal kullanımı dersin daha verimli geçmesini sağlayacaktır. Derste doğru materyallerin kullanımı, öğrettiklerimizin %50 daha fazla hatırlanmasını, öğrencilerin derse katılımlarını, öğrendiklerinin %70'ini hatırlamalarını sağlamaktadır. Bir ödev veya bir etkinlik tamamlandığında öğrenciler öğrendiklerinin %90'ını hatırlamaktadır.

Eğitimde materyal kullanımı konusunda yapılan araştırmalar incelendiğinde materyal kullanımının eğitim üzerine olumlu etkisinin ders bazlı olmadığı görülmektedir. Eğitimde materyal kullanımı, etkili bir eğitim-öğretim ortamı hazırlanarak, öğrencilerin öngörülen hedeflere daha kolay ulaşmalarını sağlamakta ve yürütülen programın başarıya ulaşmasında önemli bir rol almaktadır. Bu durum, etkin bir eğitim-öğretim için son derece önemlidir. Çünkü eğitim sürecinde öğrencilere asıl nitelik kazandıran unsur, öğretim programlarıdır. Özellikle fen ve teknoloji öğretim programlarının başarıya ulaşabilmeleri için eğitim sürecinde materyal kullanımı yaşamsal öneme sahiptir (Karamustafaoğlu, 2006).

Bu çalışmada amaç, biyoloji öğretmenlerinin derslerde materyalleri kullanım açısından yeterliliklerini ortaya koymaktır.

2. YÖNTEM VE TEKNİKLER

Bu çalışmada, 2010-2011 öğretim yılında Edirne ilinde Millî Eğitim Bakanlığına bağlı orta öğretim okullarında görev yapan bütün biyoloji öğretmenlerinin materyal kullanım tutum ölçeği ile araç ve gereçleri etkili kullanımı ile ilgili yeterlilik durumları sorgulandı. Edirne il sınırları içerisinde biyoloji öğretmeni sayısı çok fazla olmadığı için öğretmenlerin hepsi bu çalışmaya dâhil edildi.

Köseoğlu ve Soran'ın (2006) hazırladığı biyoloji derslerinde öğretmenlerin araç ve gereç kullanımındaki yeterlilik durumlarını gösteren 24 sorudan oluşan bir tutum ölçeği kullanıldı. Ölçekte yer alan sorular "5'li Likert Tipi Ölçek" şeklindedir. Likert Tutum Ölçeğinde, tutumları ölçülecek kişilerin tepkide bulunacakları çeşitli ifadeler yer almaktadır. Tutum ölçeğini alan kişi istediği maddeleri seçmek yerine verilen her maddeye ne ölçüde katılıp-katılmadığını dereceler içinde belirtmesi gerekmektedir. Özgüven (1994), Likert tipi bir ölçeğin hazırlanmasında izlenen yolu şöyle açıklamaktadır; "Ölçülecek tutum konusunda çeşitli boyutları ile ilgili veya ilgili olduğu varsayılan "olumlu" ve "olumsuz" çok sayıda yazılı ifadeler seçilip toplanmakta veya hazırlanmaktadır. Toplanmış olan bu ifadeler ileride ölçeğin uygulanacağı gruba benzer bir grupta denemelik olarak uygulanmaktadır. Bireylerden bu maddeleri gözden geçirmesi ve her maddeye "tamamen katılıyorum", "katılıyorum", "kararsızım", "katılmıyorum", "hiç katılmıyorum" gibi çeşitli katılma derecelerini gösteren seçeneklerden birini işaretlemelerini istemektedir. Bu ölçeklerde genellikle beş seçenek kullanılmakla birlikte, üç veya yedi gibi seçenekler de kullanılabilmektedir. Maddenin seçeneklerinde verilen sayısal değerler, derecelendirmenin iki uç değeri 1 ve 5 olmak üzere beş derece içinde değişmektedir. Bireyin olumlu maddelere verdiği yanıtlar 5, 4, 3, 2, 1, olumsuz maddelere verdiği yanıtlar 1, 2, 3, 4, 5 şeklinde puanlanmaktadır".

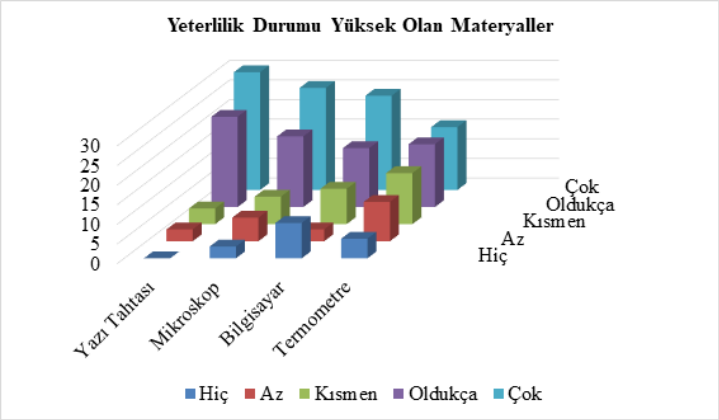
Bu görüşten yola çıkılarak, biyoloji öğretmenlerine uygulanmak üzere araç gereç kullanmaya yönelik tutum ölçeği bizzat araştırmayı gerçekleştiren kişi tarafından okullara götürüldü. Okullardaki biyoloji öğretmenlerine okul eğer ilçelerde ise aynı gün içinde uygulatılarak veriler alındı ya da merkez içindeki okulların bazılarına birkaç gün sonra alınmak üzere bırakıldı. Toplam 60 adet dağıtılarak uygulanan tutum ölçeğinin hepsi geçerlidir. Nicel verilerin analizinde sorulara verilen cevapların yüzde dağılımları hesaplandı.

3. BULGULAR

Bu bölümde veri toplama araçları ile elde edilen verilerin analizleri sonucunda elde edilen bulgular ve bulgulara ait yorumlara yer verildi.

Öğretmenlerin materyalleri kullanma durumları araştırıldığında yaygın olarak kullanılan materyaller Şekil 1'de tanımlandı.

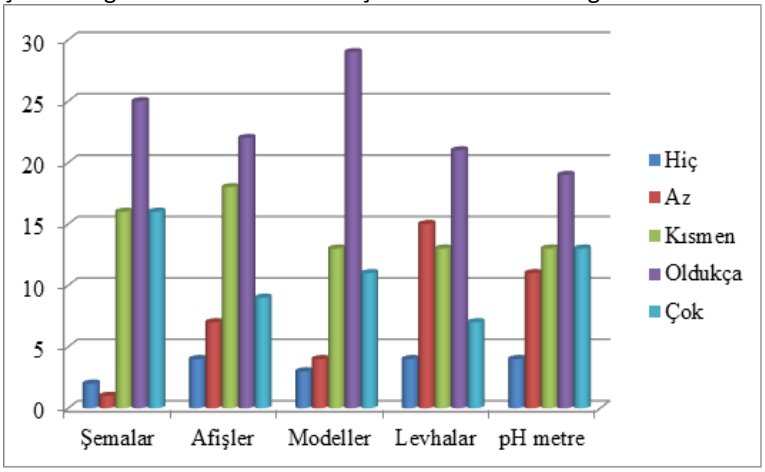
Şekil 1: Öğretmenlerin Yeterlilik Durumu Yüksek Olan Materyaller



Şekil 1'de öğretmenlerin yaygın olarak kullandıkları ve yeterlilik durumlarının yüksek olduğu materyaller verildi. Öğretmenlerin büyük kısmı yazı tahtası konusunda kendini yeterli görmektedir. %38,3'ü oldukça yeterli görürken, %50'si çok yeterli görmektedir. Mikroskop kullanımındaki yeterlilik durumlarına bakıldığında, %5'i kendisini yetersiz olarak tanımlamaktadır. Öğretmenlerin %43,3'ü mikroskop kullanımında çok yeterli olarak tanımlamaktadır. Bilgisayar kullanımındaki yeterlilik durumlarına bakıldığında %15'i kendisini yetersiz olarak tanımlarken, %25'i oldukça yeterli, %40'ı ise çok yeterli olarak tanımlamaktadır. Öğretmenlerin %8,3'ü termometre kullanma konusunda kendilerini yetersiz olarak değerlendirirken, %26,6'sı oldukça yeterli, %26,6'sı çok yeterli olarak tanımlamaktadır. Bu materyallerin kullanımının yüksek olmasının sebepleri arasında ulaşımı kolay, kullanımlarının yaygın olmasından kaynaklanmaktadır. Fen laboratuvarı olan okullarda bu materyaller genellikle bulunmakta ve bu nedenle öğretmenlerin kullanım yeterlilikleri yüksek bulundu.

Öğretmenlerin materyal kullanımı konusunda kendilerini yeterli ve çok yeterli olarak değerlendirdikleri materyaller Şekil 2'de verildi.

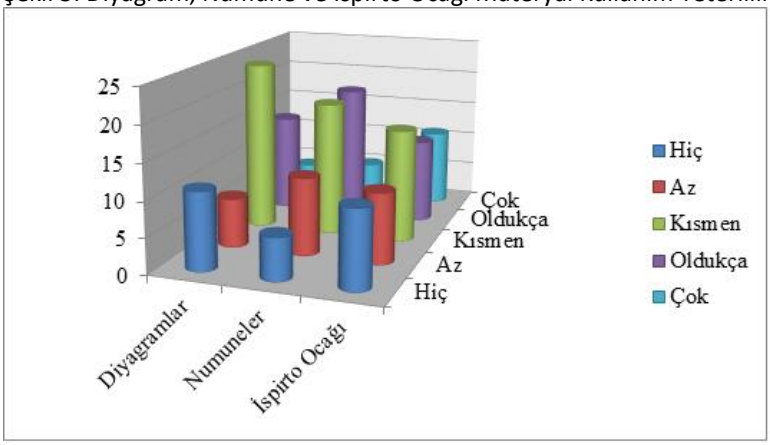
Şekil 2: Öğretmenlerin Yeterli ve Çok Yeterli Olarak Değerlendirdikleri Materyaller



Şekil 2 incelendiğinde, öğretmenler kendilerini şema materyalini kullanma bakımından %26,6'sı çok yeterli, %41,6'sı oldukça yeterli, %26,6'sı kısmen yeterli, %1,6'sı az yeterli, %3,3'ü ise hiç yeterli olarak tanımlamaktadır. Afişler konusunda öğretmenlerin yeterlilik durumlarının değerlendirmesi sonucunda elde edilen veriler incelendiğinde, çalışmaya katılan öğretmenlerin %15'i çok yeterli, %36,6'sı oldukça yeterli, %30'u kısmen yeterli, %11,6'sı az yeterli ve %6,6'sı ise hiç yeterli görmedikleri sonucuna ulaşılmaktadır. Model materyali kullanım yeterlilik durumuna bakıldığında; öğretmenlerin %18,3'ü çok yeterli, %48,3'ü oldukça yeterli, %21,6'sı kısmen yeterli, %6,6'sı az yeterli ve %5'i hiç yeterli olarak tanımlamaktadır. Levha materyali konusunda yeterlilik durumları değerlendirildiğinde ise %11,6'sı çok yeterli, %35'i oldukça yeterli, %21,6'sı kısmen yeterli, %25'i az yeterli ve %6,6'sı hiç yeterli olarak tanımladıkları görülmektedir. Öğretmenlerin pH metre materyali kullanım yeterlilik durumları incelendiğinde %21,6'sı çok yeterli, %31,6'sı oldukça yeterli, %21,6'sı kısmen yeterli, %18,3'ü az yeterli ve %6,6'sı hiç yeterli olarak tanımlamaktadır.

Öğretmenlerin diyagram, numune ve ispirto ocağı materyalleri kullanım yeterlilik durumları Tablo 3'te verildi.

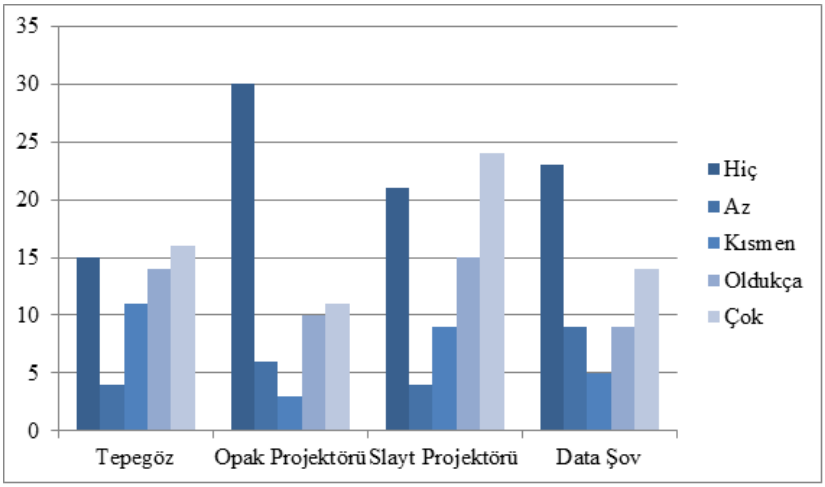
Şekil 3: Diyagram, Numune ve İspirto Ocağı Materyal Kullanım Yeterlilik Durumları



Şekil 3'te diyagram materyali kullanım yeterlilik durumlarına bakıldığında %6,6'sı kendilerini çok yeterli, %23,3'ü oldukça yeterli, %40'ı kısmen yeterli, %11,6'sı az yeterli ve %18,3'ü hiç yeterli olarak tanımladıkları görülmektedir. Numune materyalleri kullanım yeterlilik durumları incelendiğinde %8,3'ü çok yeterli, %31,6'sı oldukça yeterli, %31,6'sı ise kısmen yeterli, %18,3'ü az yeterli ve %10'u numune materyalleri kullanma konusunda kendisini hiç yeterli olarak tanımladıkları görülmektedir. İspirto ocağı materyal kullanımı yeterlilik durumları analizi yapıldığında; öğretmenlerin %18,3'ü çok yeterli, %20'si oldukça yeterli, %26,6'sı kısmen yeterli, %16,6'sı az yeterli ve %18,3'ü ispirto ocağı materyali kullanımında kendisini hiç yeterli olarak tanımladıkları görülmektedir.

Kullanım yeterlilik durumları düşük olan materyaller Şekil 4, 5 ve 6'da verildi.

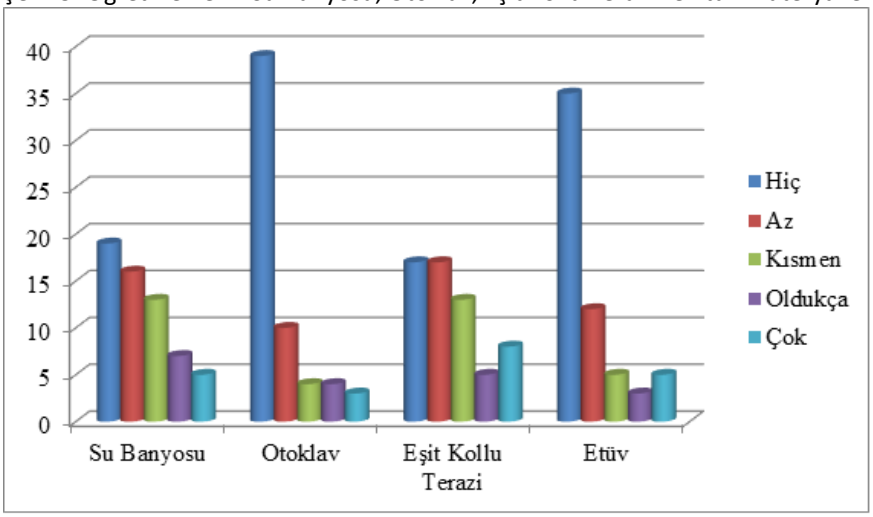
Şekil 4: Öğretmenlerin Tepegöz, Opak Projektörü, Slayt Projektörü, Data Şov Materyalleri Kullanım Yeterlilik Durumları



Şekil 4'e bakıldığında; tepegöz materyalinin kullanımı değerlendirildiğinde biyoloji öğretmenlerinin kendilerini %26,6'sı çok yeterli, %23,3'ü oldukça yeterli, %18,3'ü kısmen yeterli, %6,6'sı az yeterli ve %25'i hiç yeterli olarak

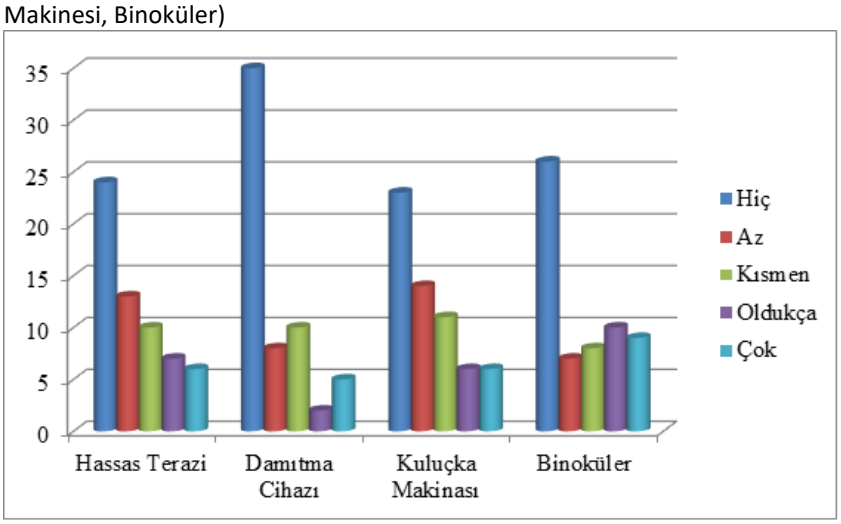
tanımladığı görülmektedir. Opak projektör materyali kullanım yeterlilik durumları ise; %18,3'ü çok yeterli, %16,6'sı oldukça yeterli, %5'i kısmen yeterli, %10'u az yeterli ve %50'si hiç yeterli olarak görmektedir. Slayt projektörü materyaline bakıldığında %25'i kendisini çok yeterli, %18,3'ü oldukça yeterli, %15'i kısmen yeterli, %6,6'sı az yeterli ve %35'i hiç yeterli olarak tanımladıkları görülmektedir. Data şov materyali kullanım yeterlilik durumları ise; %23,3'ü çok yeterli, %15'i oldukça yeterli, %8,3'ü az yeterli ve %38,3'ü hiç yeterli olarak görülmektedir.

Şekil 5: Öğretmenlerin Su Banyosu, Otoklav, Eşit Kollu Terazi ve Etüv Materyalleri Kullanım Yeterlilik Durumları



Şekil 5 incelendiğinde su banyosu kullanım yeterlilik durumlarında öğretmenler kendilerini %8,3'ü çok yeterli, %11,6'sı oldukça yeterli, %21,6'sı kısmen yeterli, %26,6'sı az yeterli, %31,6'sı hiç yeterli olarak tanımlamaktadır. Otoklav kullanım yeterlilik durumları değerlendirildiğinde; %5'i çok yeterli, %6,6'sı oldukça yeterli, %6,6'sı kısmen yeterli, %16,6'sı az yeterli, %65'i hiç yeterli olarak tanımlamaktadır. Eşit kollu terazi kullanımına bakıldığında; %13,3'ü çok yeterli, %8,3'ü oldukça yeterli, %21,6'sı kısmen yeterli, %28,3'ü az yeterli ve %28,3'ü hiç yeterli olarak tanımlamaktadır. Etüv kullanımına bakıldığında elde edilen verilere göre; %8,3'ü kendisini çok yeterli, %5'i oldukça yeterli, %8,3'ü kısmen yeterli, %20'si az yeterli ve %58,3'ü hiç yeterli olarak tanımladıkları görülmektedir.

Şekil 6: Öğretmenlerin Kullanım Yeterliliği Düşük Olan Materyaller (Hassas Terazi, Damıtma Cihazı, Kuluçka Makinesi, Binoküler)



Şekil 6 kullanım yeterlilik durumları düşük düzeye sahip materyallerden oluşmaktadır. Şekil 6 incelendiğinde, hassas terazi kullanım yeterlilik durumları değerlendirildiğinde; öğretmenlerin kendilerini %10'u çok yeterli, %11,6'sı oldukça yeterli, %16,6'sı kısmen yeterli, 21,6'sı az yeterli ve %40'ı hiç yeterli olarak tanımladıkları görülmektedir. Damıtma cihazı kullanım yeterlilik durumu incelendiğinde; %8,3'ü çok yeterli, %3,3'ü oldukça yeterli, %16,6'sı kısmen yeterli, %13,3'ü az yeterli ve %58,3'ü hiç yeterli olarak tanımlamaktadır. Kuluçka makinesi kullanım yeterlilik durumuna bakıldığında; %10'u kendisini çok yeterli, %10'u oldukça yeterli, %18,3'ü kısmen yeterli, %23,3'ü az yeterli, %38,3'ü hiç yeterli olarak tanımladıkları görülmektedir. Binoküler mikroskop

kullanım yeterlilik durumları incelendiğinde %15'i çok yeterli, %16,6'sı oldukça yeterli, %13,3'ü kısmen yeterli, %11,6'sı az yeterli ve %43,3'ü hiç yeterli olarak tanımlamaktadır.

4. TARTIŞMA

Ülkemiz okullarında diğer alanlarda olduğu gibi biyoloji öğretiminde de genel olarak öğretmen merkezli bir öğretim yapılmaktadır (Özbaş, 1992; Dindar, 1995, Ekici, 1996; Yaman ve Soran, 2000).

Ülkemizdeki fen öğretimine baktığımızda olumsuz bir tablo ile karşı karşıya olduğumuzu görüyoruz. Fen öğretimi tahta-tebeşir tekniği ile doğa gerçeğinden kopuk, kuru lafa boğulmuş, mantığı ve düzeni anlaşılmayan donmuş bir bilgi alışverişi geleneği içinde yerleşip kalmış bulunmaktadır.

Fen eğitiminde ezberci yaklaşımın kullanılmasının pek çok nedeni vardır. Eğitim programlarının yoğunluğu ve ders sayısının azlığı, öğretmen merkezli eğitim anlayışı, laboratuvar kullanımının neredeyse olmaması ya da laboratuvar etkinliklerinin bilinçsizce yapılması ve merkezi sınav anlayışının benimsenip, daha çok bilgi düzeyinde ölçme yapılıp, eğitim sisteminin sınavla kontrol edilmek istenmesi ezberci eğitime yönelmeye sebep olmuştur.

Oysa ki yapılan araştırmalara katılan biyoloji öğretmenlerinin araç-gereç kullanımına yönelik tutumları çoğunlukla olumludur. Namlu (1998)'ya göre öğretmenlerin ders araç-gereçlerine karşı tutumları genel olarak ortalamanın üzerindedir. Öğretmenlerin olumlu ve olumsuz tutuma sahip olmalarında teknolojinin derslerde kullanılması önemli bir değişkendir. Teknolojinin öğretimde kullanılmasında, öğretmenlerin bilgi ve beceriye sahip olmalarının yanında tutumları, inanç ve değerleri de oldukça önemlidir.

Öğretmenlerin araç-gereç kullanımı ile ilgili tutumlarının orta değerde olumlu olmasına rağmen yapılan birçok araştırmada derslerinde yeterince araç-gereç kullanmadıkları görülmektedir (Özer, 1996; Uzunahmet, 1996; Özdemir, 2000). Bu durum çalışma sonuçlarımız ile de uyumludur.

Biyoloji konuları gözlem, inceleme ve araştırmaya dayalıdır. Bu faaliyetlerin okullarda gerçekleştirileceği yerler şüphesiz eksiksiz ve iyi düzenlenmiş laboratuvar ortamlarıdır. Bu özellikleri taşıyan bir biyoloji laboratuvarı, öğrencilerin söylenen ya da tanımlanan bir şeyi somut şekilde görmelerine imkân sağlar. Laboratuvarda öğrenme, yaparak ve yaşayarak olacağı için öğrenilenlerin kalıcılığı sağlanır (Akaydın vd., 2000). Bu nedenle ülke genelinde laboratuvar olanakları sürekli artırılmalı ve yenilenmelidir.

Yapılan bu çalışma ile liselerde laboratuvar malzemelerinin yeterli düzeyde ve çeşitli nitelikte olduğunu söyleyebiliriz (Şekil 7, 8, 9, 10). Fakat laboratuvarların ve materyallerin çoğunun liselerde etkili bir kullanımının olmadığı gözlendi. Çünkü bazı okullarda laboratuvarların adeta bir depo izlenimi yaratılarak kullanılmadığı ve başka amaçlar için de laboratuvarların kullanılıyor olduğu gözlemlendi.

Resim 7: İpsala Küplü Lisesi Laboratuvarından Çeşitli Materyaller



Resim 8: İpsala Küplü Lisesi Laboratuvarı (Bitki gövdesi enine kesit, yaprak enine kesit ve bitki kök ucu boyuna kesit)



Resim 9: İpsala Şehit Er Mustafa Aydın Çok Programlı Lisesi Laboratuvarından Materyaller



Resim 10: Enez Lisesi Laboratuvarı (Cam Malzemeler)



Bulgulara göre, öğretmenlerin biyoloji derslerinde daha çok gösteri (demonstrasyon) deneyleri ile yetindikleri, konu ile ilgili yeterli araç-gereç olmadığından yeterli deney yapılmadan dersleri işledikleri belirlendi.

Okullarda bulunan fen bilgisi dolaplarının belirli aralıklarla yenilenmesi ve eksiklerinin giderilmesi, programın amaçlarına ulaşması bakımından çok önemlidir. Teknolojinin hızla geliştiği günümüzde, okulların bu teknolojilerle donatılması ve öğretmenlerin bilgilendirilmesi eğitimin kalitesinin artmasını sağlayacaktır (Dindar ve Yaman, 2003).

Balcı (2002)'ya göre öğretmen yetiştirirken kuramsal bilgilerin en iyi şekilde verilmesinin yanında, konuların teknolojik araçlarla da desteklenmesi mutlaktır. Öğretmen eğitim ve öğretiminde teknolojiyi kullandığımız ve öğretmen adaylarına teknolojiyi kullanmayı öğrettiğimiz takdirde, gelecek kuşakların teknolojiyi kullanmaktan korkmayan ellerde yetişebileceklerini bekleyebiliriz. Bu nedenle teknolojik öğeleri birebir uygulayarak kullanma alışkanlığı kazanan öğretmen, meslek yaşantılarında kuramsal bilgiyi aktarırken, teknolojiden faydalanarak çağın gerisinde kalmayacaktır.

Ancak araç gereçlerin teorik faydası ne olursa olsun, bunların kullanımı belirli seviyede bilgi ve beceri gerektirir. Eğer öğretmen gerekli araç gereçleri kullanma yeteneğine sahip değilse veya bunların faydasına yeterince inanmıyorsa, onları kullanmak da önemli ölçüde istemeyecektir (Yalın, 1997).

Öğretmenlerin derslerde biyoloji konularını anlatırken araç-gereç kullanması oldukça zengin yaşantılar kazandırarak daha fazla ve kalıcı öğrenme sağlayacaktır. Yapılan birçok çalışmada ise öğretmenler araç-gereç kullanmama nedeni olarak bilgi ve beceriye sahip olmamaları ve hizmet içi eğitime ihtiyaç duymaları şeklinde ifade etmektedirler (Özer, 1996; Uzunahmet, 1996; Özdemir, 2000; Teker, 2002; Tüy, 2002). Öğretmenlerin derslerde araç-gereç kullanmasının yaygınlaşması öncelikle araç-gereçlerle ilgili bilgi ve beceriye sahip olmasıyla gerçekleşecektir.

Çalışmada elde edilen bulgulara dayalı olarak; Ortaöğretim okullarında, biyoloji öğretmenlerinin yürüttükleri derslerde öğretimi etkinleştirmek için materyal kullanımına olumlu yaklaşmasına karşılık, materyal kullanma düzeylerinin genel olarak istenilir seviyede olmadığı sonucuna varılabilir. İlgili literatür incelendiğinde bu sonuca paralel sonuçlar elde edildiği görülmektedir (İşman, 2003; Karamustafaoğlu, 2003; Cosgrove, 1995; Davis ve Speer, 1990).

Günümüzde teknoloji hızla değişmekte ve teknolojinin eğitimdeki yeri de buna paralel olarak artmaktadır. Eğitimde teknoloji kullanımının eğitimin kalitesini yükseltmesinin yanında diğer bir faydası da teknolojiyi tanıyan, kullanan nesillerin yetişmesini sağlamasıdır. Teknoloji ile yetişen kuşaklar bunu eğitimlerinden sonra da kullanmaya yatkın olurlar. Eğer gelişmiş ülkeleri yakalamak istiyorsak teknolojiyi bilen, uygulayan insanlara sahip olmamız önemlidir (Köseoğlu ve Soran, 2005).

Fen ve teknoloji öğretmenleri öğretim materyallerine ders etkinliklerinde yer verme konusunda bilinçlendirilmeli ve kullanmaya teşvik edilmelidir. Basit materyal hazırlama ve geliştirme yöntemleri hakkında öğretmenlerimiz hizmet içi kurslarla mutlaka bilgilendirilmelidir. Öğretmenler okullarında mevcut olmayan öğretim materyallerini temin edebilecekleri kuruluşlar hakkında bilgi sahibi olmalıdırlar. Eğitimde teknoloji kullanımına yönelik hizmet içi eğitim programlarıyla öğretmenlerimiz eğitim teknolojisi konusunda bilgilendirilmeli ve yürütülecek çeşitli uygulamalarla öğretmenlerimizin teknolojik araç-gereç kullanma becerilerinin geliştirilmesi sağlanmalıdır.

4. KAYNAKLAR

Altınok, H. (2004). Öğretmenlerinin Fen Öğretimine Yönelik Tutumlarına İlişkin Öğrenci Algıları Ve Öğrencilerin Fen Bilgisi Dersine Yönelik Tutum Ve Güdüleri, H. Ü. Eğitim Fakültesi Dergisi, 26.1-8.

Akaydın, G., Güler, M. H. & Mülayim, H. (2000). Liselerimizin Biyoloji Laboratuvar Araç ve Gereçleri Bakımından Durumu, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 19, 1-4.

Balcı, B. (2002). Öğretmen yetiştirmede teknoloji kullanımı. V. Ulusal Fen Bilimleri ve Matematik Eğitimi Kongresi, Ankara.

Berck, K. H. (1999). Biologiedidaktik Grundlagen und Methoden. Wiebelsheim: Quelle & Meyer Verlag & Co.

Çeliköz, N. & Çetin, F. (2004). Anadolu Öğretmen Lisesi Öğrencilerinin Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutumlarını Etkileyen Etmenler, http://yayim.meb.gov.tr/yayimlar/162/celikoz-cetin.htm (2004, Aralık 22).

Cosgrove, M. (1995). A Study of Science-in-the-Making As Students Generate An Analogy for Electricity. International Journal of Science Education, 17(3),295-310.

Davis, A. & Speer, H. L. (1990). An In-service Science Course for Elementary Teachers,Jornal of Chemical Education,67(6),497–498.

Dindar, H. (1995). Ortaöğretim Kurumlarında Biyoloji Öğretiminin Yapı ve Sorunları. Yayınlanmamış Doktora Tezi, G.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Dindar, H. & Yaman, S. (2003). İlköğretim Okulları Birinci Kademede Fen Bilgisi Öğretmenlerinin Eğitim Araç-Gereçlerini Kullanma Durumları. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı 13, 167-176.

Doğdu, S. & Arslan, Z. (1993). Eğitim Teknolojisi Uygulamaları ve Eğitim Araç-gereçleri. Ankara: Zeugma Kitapevi.

Ekici, G. (1996). Biyoloji Öğretmenlerinin Öğretimde Kullandıkları Yöntemler ve Karşılaştıkları Sorunlar. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, A.Ü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Heinich, R., M. Molenda & Russell, J. (1993). Instructional Media and the New Technologies of Instruction. NewYork. USA: Mac Millan Publishing Company.

İşman, A. (2003). Öğretim Teknolojileri ve Materyal Geliştirme. İstanbul: Değişim Yayınları. Karamustafaoğlu, S. (2003). Fen Bilgisi ve Kimya Öğretiminde Kullanılabilecek Basit Araç-Gereç Geliştirilmesi ve Bunların Öğrenci Başarısına Etkisi. Yayımlanmamış Doktora Tezi. KTÜ, Trabzon.

Karamustafaoğlu, O. (2003). Fen Bilgisi ve Kimya Öğretiminde Kullanılabilecek Basit Araç-Gereç Geliştirilmesi ve Bunların Öğrenci Başarısına Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, KTÜ Trabzon.

Karamustafaoğlu, O. (2006). Fen ve Teknoloji Öğretmenlerinin Öğretim Materyallerini Kullanma Düzeyleri: Amasya İli Örneği. Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi, 90-101.

Köseoğlu, P. & Soran, H. (2005). Biyoloji Dersinde Araç-Gereç Kullanımı Açısından Öğretmen Yeterlilikleri. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 28: 150-158.

Köseoğlu, P. & Soran, H. (2006). Biyoloji Öğretmenlerinin Araç-Gereç Kullanıma Yönelik Tutumları. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 30: 159-165.

Namlu, A. G. (1998). Öğretmenlerin Eğitimde Teknoloji Yönelik Tutumları, Anadolu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi, 8,1-2,184-200.

Özbaş, G. (1992). Devlet Liseleri, Özel Liseler ve Anadolu Liseleri'ndeki Biyoloji Eğitiminin Karşılaştırılması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Özdemir, S. M. (2000). Müfredat Laboratuvar Okullarında Görev Yapan Öğretmenlerin Eğitim Araç-Gereçlerini Etkili Kullanma Durumlarına ve Hizmet İçi Eğitim İhtiyaçlarına Yönelik Bir Araştırma. Gazi Üniversitesi, Ankara, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Özer, A. (1996). Orta Dereceli Askeri Okullarda Görev Yapan Fen Bilimleri Dersleri Öğretmenlerinin Eğitim Araçlarından Yararlanma Durumları ve Eğitim Araçlarıyla İlgili Hizmet İçi Eğitim İhtiyaçları. Ankara Üniversitesi, Ankara, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Özgüven, E. (1994) Psikolojik Testler. Ankara: Yeni Doğuş Matbaası.

Paykoç, F. (1991). Tarih Öğretimi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları.

Silberman, M. (1996). Active learning: 101 Strategies to Teach Any Subject. Boston: Allyn & Bacon

Teker, A. (2002). Ankara İli Merkez İlköğretim Okullarında Görev Yapan 4 ve 5. Sınıf Öğretmenlerinin Fen Bilgisi Dersinde Eğitim Araç-Gereçlerini Kullanma Durumlarının Değerlendirilmesi. Gazi Üniversitesi, Ankara, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Tüy, M. A. (2002). Öğretim Teknolojilerinin Sistematik Kullanımına İlişkin Öğretmen Davranışlarının Çözümlenmesi. Ankara Üniversitesi, Ankara, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Uçar, M. (1999) İlköğretimde Ders Araç-gereçleri Kullanımı Konusunda Öğretmen Görüşlerinin Değerlendirilmesi, AKÜ. Sosyal Bilimler Dergisi, 3.

Uzunahmet, B. (1996). KKTC Akademik Liselerinde Öğretmenlerin Eğitim Araçlarından Yararlanma Durumu ve Eğitim Araçları Konulu Hizmet İçi Eğitime İlişkin Görüşleri. Ankara Üniversitesi, Ankara, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Yalın, H. İ. (1997). Eğitim Teknolojisi Öğretim Tasarımı. Ankara: Pegem Yayınevi.

Yaman, M. & Soran, H. (2000). Türkiye'de Ortaöğretim Kurumlarında Öğretiminin Değerlendirilmesi. Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi. 18, 229-237.

Edirne İli Ortaöğretim Okullarında Biyoloji Öğretmenlerinin Araç Gereçleri Etkili Kullanımı İle İlgili Yeterlilik Durumlarının Araştırılması

Dr. Öğr. Üy. Nurcan Özkan[1] **Serap Öztürk[2]**

[1]Trakya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Bölümü, nurcanozkan@hotmail.com

[2]Trakya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Fen Eğitimi Bölümü, serapozturk012@gmail.com

Özet: Bu çalışmada, 2010-2011 öğretim yılının birinci yarıyılında Edirne il sınırları içinde ortaöğretim okullarında biyoloji derslerinde biyoloji öğretmenlerinin ders araç ve gereçlerini etkili kullanım ve yeterlilik durumları, araç gereç kullanımının öğretmenlerin cinsiyetine, görev yaptıkları okul çeşidine ve merkez- ilçelere göre görüşlerinin belirlenmesi amaçlandı. Araştırma betimleme yöntemlerinden anket tipi araştırma yöntemi ile gerçekleştirildi ve öğretmenlere uygulanmak üzere 15 soru hazırlandı. Anket soruları Edirne il sınırları içinde görev yapan 60 biyoloji öğretmenine uygulandı. Çalışmada biyoloji öğretmenleri, derse ve konuya, öğrencilerin seviyesine, ortama ve hedeflere uygun araç-gereç seçme, amaçlara uygun "öğretim materyalleri" geliştirebilme, öğrencilere araç-gereçle ilgili bilmesi gerekenleri duyurabilme, araç-gereçlerin özelliklerine uygun sınıf ortamını düzenleyebilme, kullanım öncesi kontrol ve bakımını yapma ve uygun bir biçimde kullanabilme, araç-gereçlerin kapsadığı içeriği değerlendirebilme, teknik bilgi beceri gerektiren araçları kullanabilme, araç-gereçlerin basit arızalarını giderebilme, kullanılacak eğitim gereçlerine okul içi ve dışında ulaşabilme, biyoloji dersini laboratuvarda işleyebilecek duruma getirebilme, il eğitim araçları merkezindeki ders araç gereçlerinden haberdar olabilme durumları ele alınarak incelendi. Öğretmenlerin biyoloji derslerinde araç gereç kullanımına ait görüşleri anketten elde edilen verilere göre yüzde dağılımları grafiklerle hesaplanarak gösterildi. Öğretmenlerin çoğu konuda iyi oldukları halde bazen yetersiz oldukları da görüldü. Verilerin analizi sonucu; cinsiyete, okul çeşitlerine ve merkez ile ilçelerde görev yapan biyoloji öğretmenleri arasında araç-gereç kullanımı açısından anlamlı bir fark görülmedi.

Teşekkür: Bu çalışma, Trakya Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projesi Birimi tarafından desteklenmiştir (TÜBAP-2010-78) ve projenin bir bölümünü içermektedir.

Anahtar Kelimeler: Edirne, Ortaöğretim, Biyoloji Öğretmeni, Materyal kullanımı, Anket

1. GİRİŞ

Biyoloji biliminin uygulamaları günlük hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Biyoloji insan oğlunun vücudunun yapısını ve çalışma mekanizmasını tanıması, yaşamının iyileştirilmesine yönelik bilgiler yanında, canlılar âleminin ve bu âlemin insanlar tarafından anlaşılması için çok büyük bir öneme sahiptir. İnsanlığı ilgilendiren konularda bilgi edinme yalnızca biyoloji eğitimi ile mümkündür. Biyoloji eğitiminden beklenen amaçların gerçekleşmesi, biyoloji derslerinde laboratuvar ve ders araç- gereç olanaklarının en iyi şekilde kullanılması ile sağlanabilir.

Materyal kullanımı öğretimde verimliliği artırarak, kalıcı bilgi oluşturmada ve başarı oranını artırmada büyük ölçüde verimli olmaktadır. Bu durum ders materyallerinin önemini ortaya koymaktadır. Biyoloji öğretmenleri, materyal kullanımı ile öğrencilerin derse karşı daha ilgili olduğu, başarıyı arttırdığı ve ders süresince aktif bir şekilde katılım oluşturduğu görüşündedirler. Böylece ders klasik, sıkıcı bilgi aktarımından çıkarak öğrencilere hedeflere uygun davranışlar kazandırılmaktadır. Klasik ders işleme ile sıkılan öğrencilere, farklı öğretim yöntem ve materyaller ile ders ilginç duruma getirilmiş olur. Sonuçta öğrencilerin derse karşı ilgisinin ders süresince devamlılığının artması sağlanmış olmaktadır.

Günümüzün hızla değişen ve gelişen dünyasında, bireylerin bilgiyi tek bir kaynaktan almaları ve ezberlemeleri yerine bilgiye ulaşma yollarını bilen, karşılaştığı sorunlar karşısında, bilgiyi kullanarak çözüm yöntemlerini uygulayabilen bireylerin yetiştirilmesi amaçlanmaktadır. Bireylerin bu becerileri kazanmalarında, öğretmenlerin etkin ve etkileşimli öğrenme ortamlarını tasarlamalarına, eğitim teknolojileri ve öğretim teknolojileri ilkelerine uygun hazırlanmış öğretim materyallerini kullanmalarına bağlıdır (Yanpar Yelken, 2011). Çünkü öğrenme-öğretme sürecinde öğrencinin ne kadar çok duyu organına hitap edilirse öğrenme o oranda daha etkin olacaktır.

Kavcar (1998) ve Susar (2001)'ın değimiyle "bir okul ancak orada çalışan öğretmenler kadar iyidir" sözü bize öğretmenin, eğitim üzerinde ne denli etkin bir rol oynadığını göstermektedir. Bu bağlamda öğretmen niteliği ile okul kalitesi arasında sıkı bir ilişki olduğu görülmektedir. Öğretmenler; insan gücü kaynağını işleten, eğitim kurumu olan okullardaki üretimi gerçekleştiren kişilerdir. Bu nedenle ülkenin temel ve vazgeçilmez unsurlarıdır.

Bilindiği üzere, eğitim sistemlerinin başarısı, öğretmenlerin nitelikleri ile ilgilidir. Yapılan çalışmalarda, motivasyon ve tutum arasında bir ilişkinin var olduğu bildirilmiştir. Dolayısıyla öğretmenlerin motivasyonu öğrenci başarısını etkilemektedir. Yapılan araştırmalarda, öğretmenlerin tutum ve davranışlarının da öğrenciler üzerinde etkili olduğu saptanmıştır (Altınok, 2004; Çeliköz ve Çetin, 2004).

Sürekli olarak yeni bir teknolojik değişimle karşı karşıya kaldığımız günümüzde toplumun kalkınmasına, ilerlemesine ve bireyin gelişmesine yardım eden eğitim sistemini teknolojiden bağımsız düşünmek mümkün değildir. Eğitimin temel amacı bireyde bilgi birikimi sağlayarak, bireye bu bilgiyi nasıl ve hangi biçimde kullanacağını göstermektir. Bunu sağlayabilmek amacıyla günümüzde yaygın kullanılan yöntemler yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle eğitim teknolojisinden yararlanılması gerekmektedir (Yenice, 2003; Uzunboylu, 1995).

Teknoloji toplumda yaygınlaşmaya ve kullanılmaya başlandıktan sonra, değişim kaçınılmaz boyuta gelmiştir. Eğitimin amaçlarından biri de toplumun gereksinmeleri doğrultusunda bireyler yetiştirmek olduğuna göre; bilgi çağına uygun, bilgi toplumunun özelliği göz önüne alınarak öğrencileri yetiştirmek zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Günümüzde yetiştirilen bireylerin bilgiye ulaşma, bilgiyi düzenleme, bilgiyi değerlendirme, bilgiyi sunma ve iletişim kurma becerileri ile donanmış hale getirilmeleri gerekmektedir (Şimşek, 2002).

Öğrencinin herhangi bir konuyu iyi öğrenip akılda uzun süre kalıcılığını sağlayabilmesi için çevreden birtakım uyarıcıların alınması gereklidir. Bu uyarıcıların duyu organları tarafından alınması, beyin tarafından algılanıp yorumlanması, hareket ve salgı sistemleri tarafından cevaplanması gerekmektedir.

Öğrenme ve öğretmeyi gerçek anlamda aktarabilmek için biyoloji eğitiminde araç ve gerecin kullanımının başka bir deyişle teknolojinin önemi kaçınılamaz. Öğrenme-öğretme sürecindeki araç gereçler çoğunlukla öğretimi desteklemek amacıyla kullanılır. İyi hazırlanmış araç gereçler öğretim sürecini önemli ölçüde zenginleştirmektedir.

Berck (1999)'e göre araç-gereç olmaksızın biyoloji dersi gerçekleştirilemez. Ayrıca hiç kimse günümüzde araç gereçlerin sunduğu imkânlardan vazgeçemez. Biyoloji dersi için araç- gereç kullanmadaki zorluk bir konu hakkında en faydalı araç-gereci seçmektir. Özellikle etkili bir araç-gereç yoktur ve bir araç-gereç belirli bir öğrenmeyi desteklemez. Bu araç-gerecin özelliklerinden her biri belirli öğrenci gruplarında özel bir öğrenme sağlamalıdır.

Ülkemiz okullarında diğer alanlarda olduğu gibi biyoloji öğretiminde de genel olarak öğretmen merkezli bir öğretim yapılmaktadır (Özbaş, 1992; Dindar, 1995, Ekici, 1996; Yaman ve Soran, 2000).

Öğretmen merkezli yöntemler ve uygulamalar fen okuryazarlığının oluşmasını engeller özelliktedir. Bu yöntemler öğrencilerin öz güvenlerini ve motivasyonlarını arttırıcı rol oynamamaktadır. Öğrenciler sorgulayan ve öğrenmek için araştıran bireyler olarak yetişmelidirler (Topsakal, 2006; Demirel ve Altun, 2014). Bu nitelikteki öğrenciler fen okuryazarı olabilir ve bilimsel bilgiyi doğru olarak kullanabilirler.

Çağın geliştirdiği en son eğitim teknolojisi ürünlerinin derslerde kullanılmasıyla ilgili yeterli bilgiye sahip olan öğretmen, çalışmalarını daha verimli duruma getirebilecektir (Şimşek, 2002). Dolayısıyla öğretmenlerin araç-gereç kullanım bilgi ve becerilerinin tespit edilebilmesi, eksiklerin giderilmesi ve ihtiyaçların sağlanabilmesi; öğretimin istenen amaçlara ulaşmasında önemli bir katkı sağlayacaktır (Köseoğlu ve Soran, 2004).

Çalışmada Edirne il sınırları içindeki ortaöğretim okullarında biyoloji derslerinde biyoloji öğretmenlerinin materyal kullanımı araştırılmış, biyoloji öğretmenlerinin derslerinde ki materyal kullanımına ait görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

2. YÖNTEM VE TEKNİKLER

Araştırma betimsel yapıdadır. Var olan bir durumu betimlemeyi amaçlayan tarama modelindedir. Betimlemeli çalışmalar genel olarak verilen bir durumu aydınlatmak, standartlar doğrultusunda değerlendirmeler yapmak ve olaylar arasındaki var olması beklenen ilişkileri ortaya çıkarmak amacıyla yürütülür. Bu tür araştırmalarda asıl amaç incelenen durumu detaylı olarak tanımlamak ve açıklamaktır.

Araştırmanın evrenini 2010-2011 eğitim-öğretim yılında Millî Eğitim Bakanlığına bağlı Edirne ili merkez ve ilçelerinde görev yapan 60 biyoloji öğretmeninin tamamı oluşturmaktadır. Köseoğlu ve Soran'ın (2006) hazırladığı biyoloji derslerinde öğretmenlerin görüşlerini belirlemek için kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm öğretmen ile ilgili kişisel bilgileri içermektedir. Öğretmenin cinsiyeti, lisansta mezun olduğu okul, görev yaptığı okul ve mesleki kıdemi olmak üzere dört madde yer almaktadır. İkinci bölümde biyoloji dersinde öğretmenlerin araç ve gereçleri etkili kullanımı ile ilgili yeterlilik durumlarını gösteren

görüşlerini belirttikleri 15 sorudan meydana gelen bir anket oluşturmaktadır. Ankette yer alan sorular "5'li Likert Tipi Ölçek" şeklindedir.

Ankete katılan öğretmenlerin cinsiyet durumları ve mezun oldukları okul durumlarının frekans ve yüzdeleri tablo 1 ve 2'de verilmiştir.

Tablo 1: Edirne İlinde Bulunan Biyoloji Öğretmenlerinin Cinsiyet Durumları

	f	%
Bayan	40	66,67
Erkek	20	33,33
Toplam	60	100,0

Tablo 1'e göre ankete katılan öğretmenlerin %66,67'si bayan, %33,33'ü ise erkektir. Bu tablo bize Edirne ilindeki biyoloji öğretmenlerinin 2/3'sinin bayan olduğunu göstermektedir.

Tablo 2: Edirne İlinde Bulunan Biyoloji Öğretmenlerinin Mezun Oldukları Okul Durumları

Okul	f	%
Eğitim fakültesi	28	46,67
Fen-edebiyat fakültesi	32	53,33
Toplam	60	100

Tablo 2'ye göre öğretmenlerin %46,67'si (28 kişi) eğitim fakültesi, %53,33'ü (32 kişi) fen edebiyat fakültesi çıkışlı olduğu görülmektedir.
Edirne ilinde bulunan ankete katılan biyoloji öğretmenlerinin görev yaptıkları okulların çeşitleri ile ilgili bilgiler Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3: Edirne İlinde Biyoloji Öğretmenlerinin Görev Yaptıkları Okullar İle İlgili Bilgiler

Görev yapılan okullar	n	f	%
Fen Lisesi	3	3	5
Anadolu Lisesi	17	17	28,33
Düz Lise	12	12	20
Meslek Lisesi	24	24	40
Özel Lise	4	4	6,67
Toplam	60	60	100

Tablo 3'e bakıldığında öğretmenlerin %5'i fen lisesi, %28,33'ü Anadolu lisesi, %20'si düz (normal) lise, %40'ı meslek lisesi ve %6,67'sı özel lisede görev yapmaktadır.

Edirne ilinde bulunan biyoloji öğretmenlerinin kıdem durumlarının frekans ve yüzdeleri tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4: Edirne İlinde Bulunan Biyoloji Öğretmenlerinin Kıdem Durumları

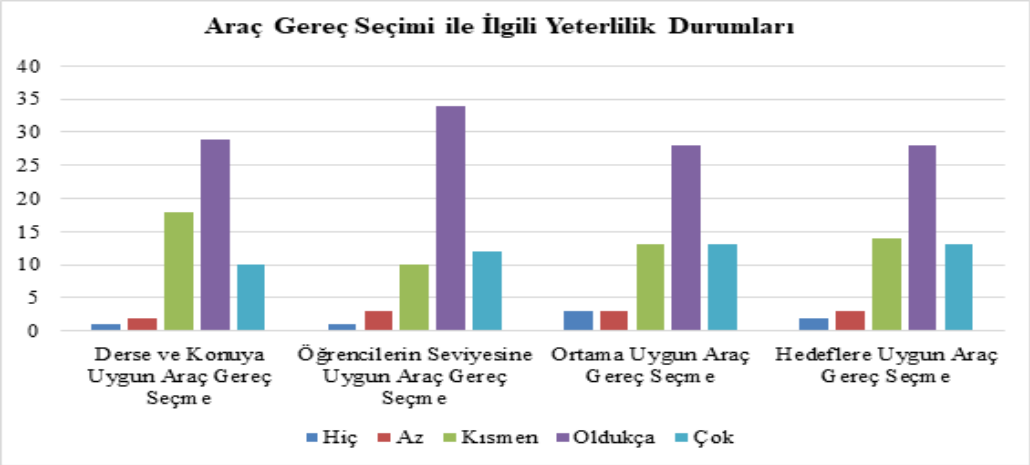
	n	f	%
1-5 yıl	10	10	16,67
6-10 yıl	7	7	11,67
11-15 yıl	14	14	23,33
16 ve üstü yıl	29	29	48,33
Toplam	60	60	100

Tablo 4'e göre biyoloji öğretmenlerinin %48,33'ü neredeyse yaklaşık yarısı 16 ve üzerinde yıl görev yapmış olan öğretmenlerdir. %23,33'ü 11-15 yıl, %16,67'si 1-5 yıl ve %11,67'si ise 6-10 yıl ile en kısa süre öğretmenlik yapmış olan grubu oluşturmaktadır.

3. BULGULAR

Öğretmenlerin araç- gereç seçimi ile ilgili yeterlilik durumları Şekil 1'de verilmiştir.

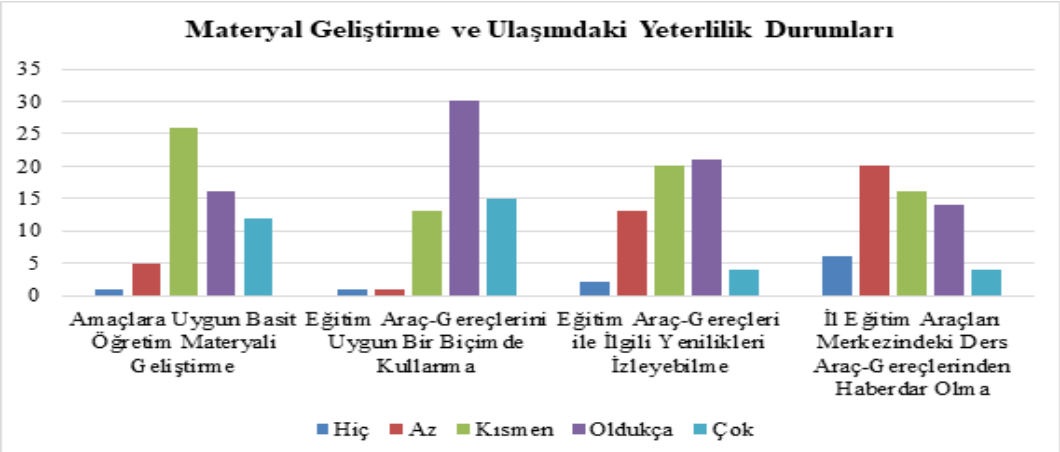
Şekil 1: Araç-gereç Seçimi İle İlgili Yeterlilik Durumları



Şekil 1 incelendiğinde derse ve konuya uygun araç seçme becerilerinde öğretmenlerin büyük çoğunluğu bu konuda kendilerinin yeterli olduklarını düşünmektedir. Derse ve konuya uygun araç gereç seçiminin önemi materyal kullanımını olumlu yönde etkileyen faktörlerden biridir. Analiz sonuçları değerlendirildiğinde öğretmenlerin %16,6'sı kendisini çok yeterli, %48,3'ü oldukça yeterli, %30'u kısmen yeterli, %3,3'ü az yeterli, 1,6'sı hiç yeterli olarak tanımladıkları görülmektedir. Öğrencilerin seviyesine uygun araç-gereç seçmede yeterlilik durumları değerlendirildiğinde elde edilen verilerin analizine bakıldığında öğretmenlerin materyal seçiminde dikkate aldıkları temel etkenin öğrenci seviyesi olduğunun bilincinde ve buna uygun olarak materyal seçimi yaptıkları görülmektedir. İstatistiksel veriler incelendiğinde öğretmenlerin %20'si kendisini çok yeterli, %56,6'sı oldukça yeterli, %16,6'sı kısmen yeterli, %5'i az yeterli ve %1,6'sı bu alanda hiç yeterli olarak değerlendirdikleri görülmektedir. Materyal kullanımında, materyalin kullanılacağı ortamın önemi araştırıldığında öğretmenlerin materyal seçiminde dikkat ettikleri bir diğer önemli faktör olan ortam değişkeninin önemi konusunda dikkatli oldukları söylenebilir. Elde edilen verilere bakıldığında öğretmenlerin %21,6'sı kendisini çok yeterli, 46,6'sı oldukça yeterli, %21,6'sı kısmen yeterli, %5'i az ve kalan %5'i ise hiç yeterli olarak tanımladıkları görülmektedir. Materyal seçimi konusunda öğretmenlerin yeterliliklerinin yüksek olarak değerlendirilebileceği bir diğer alan ise hedeflere uygun araç-gereç seçmedir. Elde edilen verilere bakıldığında öğretmenlerin hedeflere uygun araç seçme yeterlilik durumları açısından başarılı oldukları söylenebilmektedir. Veriler incelendiğinde; %21,6'sı kendisini çok yeterli, %46,6'sı oldukça yeterli, %23,3'ü kısmen yeterli, %5'i az ve %3,3'ü hiç yeterli olarak tanımlamaktadırlar.

Araç-gereç seçimi için gerekli materyallere ulaşım her zaman kolay olmamaktadır. Bu tür durumlar konusunda öğretmenlerin materyal geliştirme ve gerekli materyallere ulaşımdaki yeterlilik durumlarını gösteren verilerin analizi Şekil 2'de sunulmaktadır.

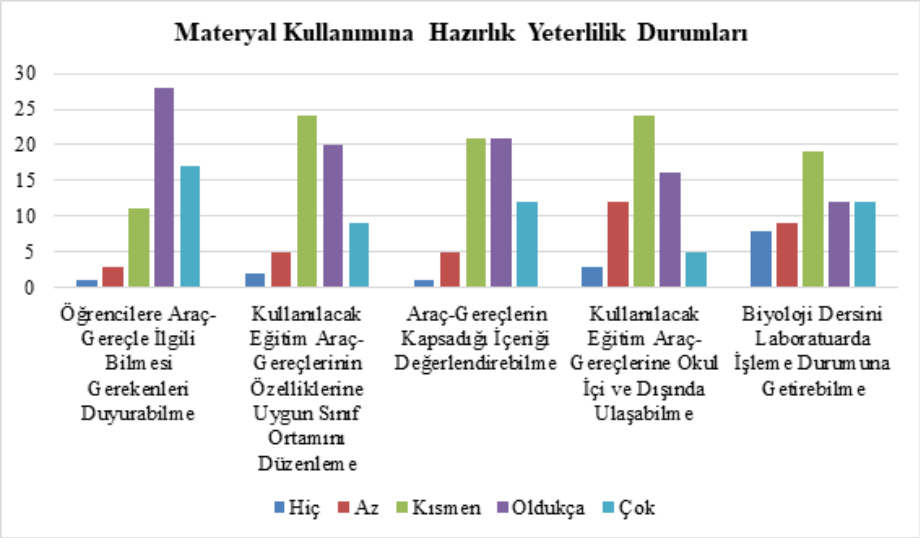
Şekil 2: Materyal Geliştirme ve Materyallere Ulaşımdaki Yeterlilik Durumları



Şekil 2 materyal geliştirme ve materyallere ulaşma yeterlilik durumlarını ölçen bölümdür. Elde edilen verilere bakıldığında öğretmenlerin amaçlara uygun basit öğretim materyali geliştirme konusunda kendilerini yeterli değerlendirdikleri görülmektedir. Bu konuda öğretmenlerin %20'si kendilerini çok yeterli görürken, %10'u az yeterli ve yetersiz şeklinde değerlendirmektedir. Öğretmenlerin %70'i ise kendilerini orta ve ortanın üstü yeterliliğe sahip olarak değerlendirmektedir. Eğitim araçlarını uygun bir şekilde kullanma durumları hakkında öğretmenlerin yeterlilik durumlarından elde edilen verilere bakıldığında kendilerini yeterli olarak görmektedirler. Öğretmenlerin %25'i çok yeterli, %50'si oldukça yeterli, %21,6'sı kısmen yeterli ve %3,3'ü ise az ve hiç yeterli olarak tanımlamaktadır. Gelişen teknoloji ile eğitim araç gereçlerinde zaman içerisinde yenilikler olmakta ve öğretmenlerin materyalleri etkili kullanabilmesi için bu yeniliklerden haberdar olmaları gerekmektedir. Bu konu hakkında öğretmenlerin kendilerini değerlendirdikleri bölümden elde edilen verilerden büyük çoğunluğu kendilerini tam olarak yetersiz görmemekle birlikte kendilerini tam olarak bu konuda hâkim olduğunu da düşünmediği sonucu çıkarılmaktadır. Veriler ele alındığında öğretmenlerin %6,6'sı çok yeterli, %35'i oldukça yeterli, %33,3'ü kısmen yeterli, %25'i ise az yeterli ya da hiç yeterli olarak tanımlamaktadır. Öğretmenlerin il araç-gereç merkezindeki materyaller hakkında bilgilerini değerlendirmesi istediğinde öğretmenlerin orta düzey yeterliliğe sahip olarak gördükleri düşünülmektedir. Bu konuda öğretmenlerin %6,6'sı çok yeterli, %23,3'ü oldukça yeterli, %26,6'sı kısmen yeterli, %33,3'ü az yeterli ve öğretmenlerin %10'u hiç yeterli olarak değerlendirmektedirler.

Öğretmenlerin materyallerden etkili bir şekilde yararlanabilmesi için bir diğer önemli faktör de materyalleri kullanıma hazır hale getirme sürecidir. Bu süreç gerek materyallere ulaşım gerekse materyallerin kullanıma hazır hale getirilme sürecidir. Yaptığımız araştırmada, öğretmenlerin materyal kullanımına hazırlık sürecindeki yeterlilik durumlarını gösteren veriler Şekil 3'te gösterilmektedir.

Şekil 3: Materyal Kullanımına Hazırlık Yeterlilik Durumları

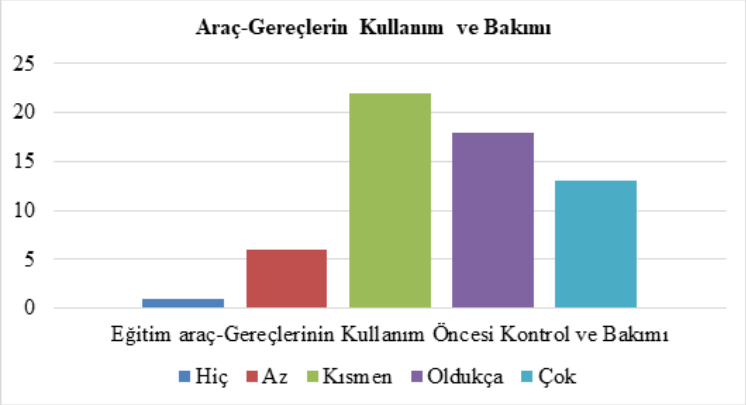


Şekil 3'te öğretmenlerin öğrencilere araç-gereçlerle ilgili bilmesi gerekenleri duyurabilme konusunda yeterlilik durumları ölçüldüğünde, öğretmenlerin tamamına yakını bu konuda kendilerini orta düzey yeterliliğin üzerinde görmektedirler. Şekil 3 incelendiğinde öğretmenlerin %1,6'sı kendisini hiç yeterli olarak tanımlarken, öğretmenlerin %5'i az yeterli, %18,3'ü kısmen yeterli, %46,6'sı oldukça yeterli, %28,3'ü çok yeterli olarak tanımlamaktadırlar. Öğretmenler kullanılacak materyalin özelliklerine uygun olarak sınıf ortamını düzenleme konusunda kendilerini tam anlamıyla yeterli olarak değerlendirmezken, orta düzey yeterliliğe sahip olduklarını belirtmektedirler. Öğretmenlerin %3,3'ü kendisini hiç yeterli olarak tanımlarken, %8,3'ü az yeterli, %40'ı kısmen yeterli, %33,3'ü oldukça yeterli, %15'i çok yeterli olarak tanımlamaktadır. Araştırmaya katılan öğretmenlerin araç-gereçlerin kapsadığı içeriği değerlendirebilme konusundaki yeterlilik düzeylerini orta ve ortanın üstü olarak değerlendirdikleri görülmektedir. Şekil incelendiğinde öğretmenlerin %8,3'ü kendisini çok yeterli, %26,6'sı oldukça yeterli, %40'ı kısmen yeterli, %20'si az yeterli ve %5'i hiç yeterli olarak tanımlamaktadır. Öğretmenlerin materyallere okul içi ve dışında ulaşabilme konusunda yeterlilik düzeyleri analiz edildiğinde büyük çoğunluğu kendisini bu konuda yetersiz ve tam olarak yeterli değerlendirmedikleri görülmektedir. Biyoloji derslerini laboratuvarda işlenebilir duruma getirme yeterlilik durumları değerlendirildiğinde sonucun heterojen olarak dağılım gösterdiği görülmektedir. Öğretmenlerin %13,3'ü bu konuda kendilerini yetersiz görmekte bununla

birlikte öğretmenlerin %20'si yeterli görmektedir. Diğer verilerden farklı olarak bu konuda aldıkları eğitim, kişisel farklılıklar ve çalıştıkları okulun etkisi gibi değişkenlerin sonuçta etkili olacağı söylenebilmektedir.

Materyallerin beklenilen etkiyi göstermesinde kullanımının devamlı olmasının sağlanması önemli bir durumdur. Her materyalin ulaşımı, kullanımı ve bakımının zorluk durumları aynı değildir. Maliyetin düşürülmesi beklenen etkiyi sağlamak açısından önemli bir durumdur. Öğretmenlerin materyallerin kullanım ve bakımı konusundaki yeterlilik durumları Şekil 4'te görülmektedir.

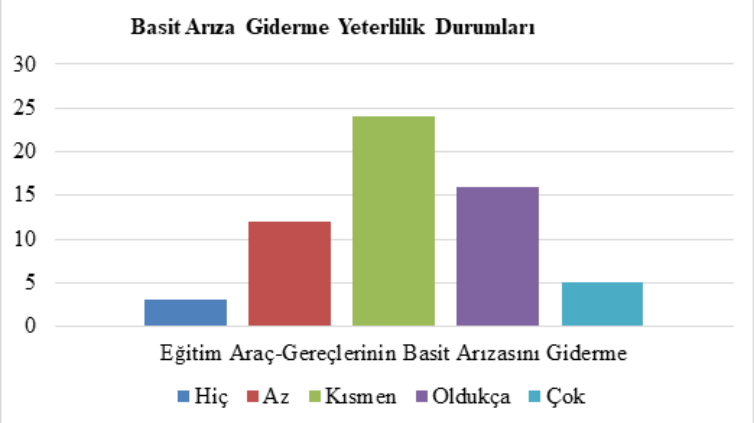
Şekil 4: Araç-Gereçlerin Kullanım ve Bakımı



Şekil 4 incelendiğinde materyallerin kullanım ve bakımı bölümünde bazı materyallerin ulaşımının ve bakımının kolay ancak bazı materyallerin kullanım, bakım ve ulaşımının zor olduğu belirtilmektedir. Böyle materyallerin kullanım ve bakım aşamalarında özel bilgi ve dikkat gerektiği belirtilmiştir. Materyallerin kullanım ve bakımı konusunda öğretmenlerin yeterlilik durumlarından elde edilen veriler değerlendirildiğinde %11,6'sı kendilerini bu konuda az ya da hiç yeterli görmemekte, geriye kalan %88,4 ise orta ve orta üstü yeterlilik durumunda görmektedirler.

Materyallerin bazılarının hassas ve arıza çıkarabilecek yapıları vardır. Böyle durumlarda öğretmenlerin materyallerde oluşabilecek basit arızaları giderebilme konusundaki yeterlilik durumları Şekil 5'te görülmektedir.

Şekil 3.5: Basit Arıza Giderme Yeterlilik Durumları



Şekil 5 incelendiğinde materyallerde meydana gelebilecek basit arızaları giderebilme konusunda öğretmenlerin yeterlilik durumları değerlendirildiğinde öğretmenlerin %5'i kendilerini basit arıza giderme konusunda yetersiz görürken, %8,3'ü de basit arıza giderme konusunda çok yeterli görmektedir. Öğretmenlerin %86,7'si ise kendilerini orta düzeyde yeterli olarak ifade etmektedir.

4. TARTIŞMA

Eğitim materyalleri, öğrenciye ders sunumlarında hedef ve davranışların kazandırılmasında öğretmenlerin en önemli yardımcılarından biridir. Günümüzde teknolojideki hızlı gelişmeler, eğitim-öğretim sürecinde kullanılabilecek araç ve gereçlere her gün yenilerinin ilave olmasına neden olmaktadır. Yeni araç-gereçler öğrenme sürecine olumlu etkiler yapmaktadırlar. Araç-gereçlerle çok sayıda işlem, daha kısa sürede ve daha doğru olarak gerçekleştirilmektedir. Yeni teknolojiler öğrencilerin dikkatini çekmekte, öğrenmelerini

kolaylaştırmakta ve motivasyonlarını arttırmaktadır. Teknolojiye bağlı olarak araç-gereçlerin gelişmesi öğretimi tahta tebeşir kıskacından kurtarıp daha ilgi çekici bir konuma getirmektedir.

Öğretimin her kademesinde gerçek eşya ve modeller kullanmak öğretimi daha etkili hale getirir. Ülkemizin değişik yörelerindeki okullarda laboratuvar imkânları sınırlı olabilir. Birçok durumda öğretmen kendi imkânlarını kullanarak basit araç gereçler geliştirebilmelidir. Bu şekilde öğrencinin biyolojiye karşı olumlu tutum sergilemesi mümkün olur. Öğrenci biyoloji ile çevresini bütünleştirdiğinden dolayı doğal olaylara karşı motivasyonu artar.

Gerçek eşya ve modellerden yeterince yararlanabilmek için öğretmenin bunları sınıfta kullanmadan önce nasıl çalıştırıldıklarını ve oluşabilecek aksaklıkların neler olabileceğini hesaba katması gereklidir. Öğretim amaçlı kullanılacak modeller bütün sınıf tarafından iyi bir şekilde görülebilecek büyüklükte olmalıdır. Ama öğrencinin yanlış anlamasının da önüne geçmek için gerçek boyutuyla ilgili açıklamalar yapılması gerekir. Tek bir eşya veya modelin ders boyunca öğrencilerin elinde gezmesi sakıncalar yaratır. Bu hem zaman alıcıdır hem de öğrencinin o an devam eden diğer öğrenme–öğretme etkinliklerinden uzaklaşmasına yol açar. Öğretmenin kısa açıklamalar yaparak model hakkında bilgi vermesi daha uygun olur. Öğrenciler ders sonrasında modele dokunmaya ve onu detaylı incelemeye teşvik edilmelidir (http://www.dersyerimiz.com).

Edirne ilindeki liselerde biyoloji dersinde öğretmenlerin materyal kullanımına ait görüşlerinde cinsiyete göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğine t- testi ile bakıldığında, elde edilen veriler Tablo 5'te belirtilmiştir.

Tablo 5: Edirne İlindeki Liselerde Biyoloji Dersinde Öğretmenlerin Materyal Kullanımına Ait Görüşlerinde Cinsiyete Göre Farklılıklar İçin t-testi Sonuçları

	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	SS	Sd	t	p
Toplam EKYD	Bayan	40	53,83	11,19	58	0,91	0,37
	Erkek	20	51,10	10,33			

Tablo 5 incelendiğinde Edirne ilindeki liselerde biyoloji dersinde öğretmenlerin materyal kullanımına ait görüşlerinde cinsiyete göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğine bakıldığında t-testi sonuçlarında anlamlı bir fark görülmemiştir. Bayan ($\bar{X}$ = 53.83) ve erkek ($\bar{X}$ = 51.10) öğretmenlerin materyal kullanım durumları yaklaşık olarak birbirine yakındır.

Tablo 6'da Edirne ilinde bulunan biyoloji öğretmenlerinin mezun oldukları okul durumuna göre araç gereçleri etkili kullanımı ile ilgili yeterlilik durumları için t-testi sonuçlarına bakıldığında anlamlı bir fark görülmemiştir.

Tablo 6. Edirne İlinde Bulunan Biyoloji Öğretmenlerinin Mezun Oldukları Okul Durumları ve Araç ve Gereçleri Etkili Kullanımı ile İlgili Yeterlilik Durumları için t-testi Sonuçları

	Okul	n	$\bar{X}$	SS	sd	t	p
Toplam EKYD	Eğitim Fakültesi	28	53,04	11,12		0,078	0,938
	Fen-Edebiyat Fakültesi	32	52,81	10,88			

Tablo 6'ya göre Eğitim Fakültesi ($\bar{X}$ = 53.04) ve Fen-Edebiyat Fakültesi mezunu olan öğretmenlerin ($\bar{X}$ = 52.81) materyal kullanım durumları birbirine yakındır.

Öğretmenlerin araç-gereç kullanımı ile ilgili tutumlarının orta değerde olumlu olmasına rağmen yapılan birçok araştırmada derslerinde yeterince araç-gereç kullanmadıkları görülmektedir (Özer, 1996; Uzunahmet, 1996; Özdemir, 2000). Bu durum çalışma sonuçlarımız ile de uyumludur.

Biyoloji konuları gözlem, inceleme ve araştırmaya dayalıdır. Bu faaliyetlerin okullarda gerçekleştirileceği yerler şüphesiz eksiksiz ve iyi düzenlenmiş laboratuvar ortamlarıdır. Bu özellikleri taşıyan bir biyoloji laboratuvarı, öğrencilerin söylenen ya da tanımlanan bir şeyi somut şekilde görmelerine imkân sağlar. Laboratuvarda öğrenme, yaparak ve yaşayarak olacağı için öğrenilenlerin kalıcılığı sağlanır (Akaydın vd., 2000). Bu nedenle ülke genelinde laboratuvar olanakları sürekli artırılmalı ve yenilenmelidir. Yapılan bu çalışma ile liselerde laboratuvar malzemelerinin yeterli düzeyde ve çeşitli nitelikte olduğunu söyleyebiliriz. Fakat laboratuvarların çoğunun liselerde etkili bir kullanımının olmadığı gözlenmiştir. Çünkü bazı okullarda adeta bir depo izlenimi yaratılarak kullanılmadığı ve başka amaçlar için de kullanılıyor olduğu gözlemlenmiştir.

Bulgulara göre, öğretmenlerin biyoloji derslerinde daha çok gösteri (demonstrasyon) deneyleri ile yetindikleri, konu ile ilgili yeterli araç-gereç olmadığından deney yapılmadan dersleri işledikleri belirlenmiştir.

Okullarda bulunan fen bilgisi dolaplarının belirli aralıklarla yenilenmesi ve eksiklerinin giderilmesi, programın amaçlarına ulaşması bakımından çok önemlidir. Teknolojinin hızla geliştiği günümüzde, okulların bu teknolojilerle donatılması ve öğretmenlerin bilgilendirilmesi eğitimin kalitesinin artmasını sağlayacaktır (Dindar ve Yaman, 2003).

Balcı (2002)'ya göre öğretmen yetiştirirken kuramsal bilgilerin en iyi şekilde verilmesinin yanında, konuların teknolojik araçlarla da desteklenmesi mutlaktır. Öğretmen eğitim ve öğretiminde teknolojiyi kullandığımız ve öğretmen adaylarına teknolojiyi kullanmayı öğrettiğimiz takdirde, gelecek kuşakların teknolojiyi kullanmaktan korkmayan ellerde yetişebileceklerini bekleyebiliriz. Bu nedenle teknolojik öğeleri birebir uygulayarak kullanma alışkanlığı kazanan öğretmen, meslek yaşantılarında kuramsal bilgiyi aktarırken, teknolojiden faydalanarak çağın gerisinde kalmayacaktır.

Öğretmen merkezli yöntemler ve uygulamalar fen okuryazarlığının oluşmasını engeller özelliktedir. Bu yöntemler öğrencilerin öz güvenlerini ve motivasyonlarını arttırıcı rol oynamamaktadır. Öğrenciler sorgulayan ve öğrenmek için araştıran bireyler olarak yetişmelidirler (Topsakal, 2006; Demirel ve Altun, 2014). Bu nitelikteki öğrenciler fen okuryazarı olabilir ve bilimsel bilgiyi doğru olarak kullanabilirler.

Öğretmen eğitim ortamında araç-gereçleri etkili bir biçimde işe koşabilir:

1. Araç-gereçler hedef davranışlara, öğrencinin hazır bulunuşluk düzeyine uygun olmalıdır.
2. Öğretmen, ders planında hangi araç-gereçleri ne zaman kullanacağını belirtmeli ve yeri gelince işe koşmalıdır.
3. Devinişsel alanla ilgili hedef davranışlar kazandırılırken, her bir öğrenciye gerekli araç-gereç sağlanmalıdır.
4. Araç-gereçler eğitim teknolojisinin ilkelerine göre kullanılmalıdır.
5. İşlik ve laboratuvarda öğrencinin yaşamını tehlikeye düşürmeyecek önlemler alınmalıdır.
6. İş, işlem ve deneyler yapıldıktan sonra araç-gereçler, atölye, işlik ve laboratuvar temizlenmeli; araç-gereçler yerlerine konulmalıdır (Sönmez, 2001; Demirel ve Altun, 2014).

4. KAYNAKLAR

Altınok, H. (2004). Öğretmenlerinin Fen Öğretimine Yönelik Tutumlarına İlişkin Öğrenci Algıları Ve Öğrencilerin Fen Bilgisi Dersine Yönelik Tutum Ve Güdüleri, H. Ü. Eğitim Fakültesi Dergisi, 26.1-8.

Akaydın, G., Güler, M. H. & Mülayim, H. (2000). Liselerimizin Biyoloji Laboratuvar Araç ve Gereçleri Bakımından Durumu, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 19, 1-4.

Balcı, B. (2002). Öğretmen Yetiştirmede Teknoloji Kullanımı. V. Ulusal Fen Bilimleri ve Matematik Eğitimi Kongresi, Ankara.

Berck, K. H. (1999). Biologiedidaktik Grundlagen und Methoden. Wiebelsheim: Quelle & Meyer Verlag& Co.

Çeliköz, N. & Çetin, F. (2004). Anadolu Öğretmen Lisesi Öğrencilerinin Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutumlarını Etkileyen Etmenler, http://yayim.meb.gov.tr/yayimlar/162/celikoz-cetin.htm (2004, Aralık 22).

Demirel, Ö. & Altun, E. (2014). Öğretim Teknolojileri ve Materyal Tasarımı, Ankara: Pegem A Yayıncılık.

Dindar, H. (1995). Ortaöğretim Kurumlarında Biyoloji Öğretiminin Yapı ve Sorunları. Yayınlanmamış Doktora Tezi, G.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Dindar, H. & Yaman, S. (2003). İlköğretim Okulları Birinci Kademede Fen Bilgisi Öğretmenlerinin Eğitim Araç-Gereçlerini Kullanma Durumları. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı 13, 167-176.

Ekici, G. (1996). Biyoloji Öğretmenlerinin Öğretimde Kullandıkları Yöntemler ve Karşılaştıkları Sorunlar. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, A.Ü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

http://www.dersyerimiz.com/index.php/ogretim-araclari-ve-etkili-kullanimi.html. Öğretim Araçları ve Etkili Kullanımı.

Kavcar, C. (1998). Türkçe Eğitimi ve Sorunlar, Ankara: Dil Dergisi Yayınları, Sayı 65.

Köseoğlu, P. & Soran, H. (2004). Biyoloji Öğretmenlerinin Araç-Gereç Kullanım Yeterliliklerine İlişkin Görüşleri. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 27: 189-195.

Köseoğlu, P. & Soran, H. (2006). Biyoloji Öğretmenlerinin Araç-Gereç Kullanıma Yönelik Tutumları. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 30: 159-165.

Susar, F. (2001). Türkçe Öğretiminde Öğretmen Boyutunda Karşılaşılan Sorunlar ve Bunun Öğretmen Performansına Etkileri. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı:10, 53-65.

Özbaş, G. (1992). Devlet Liseleri, Özel Liseler ve Anadolu Liseleri'ndeki Biyoloji Eğitiminin Karşılaştırılması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Özdemir, S. M. (2000). Müfredat Laboratuvar Okullarında Görev Yapan Öğretmenlerin Eğitim Araç-gereçlerini Etkili Kullanma Durumlarına ve Hizmet İçi Eğitim İhtiyaçlarına Yönelik Bir Araştırma. Gazi Üniversitesi, Ankara, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Özer, A. (1996). Orta Dereceli Askeri Okullarda Görev Yapan Fen Bilimleri Dersleri Öğretmenlerinin Eğitim Araçlarından Yararlanma Durumları ve Eğitim Araçlarıyla İlgili Hizmet İçi Eğitim İhtiyaçları. Ankara Üniversitesi, Ankara, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Şimşek, N. (2002). Derste Eğitim Teknolojisi Kullanımı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Topsakal, S. (2006). İlköğretim 6. 7. ve 8. Sınıflar için Fen ve Teknoloji Öğretimi. Nobel Akademik Yayıncılık.

Uzunahmet, B. (1996). KKTC Akademik Liselerinde Öğretmenlerin Eğitim Araçlarından Yararlanma Durumu ve Eğitim Araçları Konulu Hizmet İçi Eğitime İlişkin Görüşleri. Ankara Üniversitesi, Ankara, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Uzunboylu, H., (1995). Bilgisayar Öğrenme Düzeyi ile Bilgisayara Yönelik Tutumlar Arasındaki İlişki, Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi.

Yaman, M. & Soran, H. (2000). Türkiye'de Ortaöğretim Kurumlarında Öğretiminin Değerlendirilmesi. Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi. 18, 229-237.

Yanpar Yelken, T. (2011). Öğretim Teknolojileri ve Materyal Tasarımı. 10. Baskı Ankara: Anı Yayıncılık.

Yenice, N., (2003). Bilgisayar Destekli Fen Bilgisi Öğretiminin Öğrencilerin Fen Ve Bilgisayar Tutumlarına Etkisi, The Turkish Online Journal of Educational Technology, October, 2(4).

Türkiye'de Almancanın İngilizceden Sonra İkinci Yabancı Dil Olarak Öğretimi ve Öğrenimi Üzerine Lisansüstü Çalışmalara Bir Bakış

Nurullah Göker[1] **Prof. Dr. Sevinç Sakarya Maden** [2]

[1]Trakya Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü (DR), Edirne, de.goker_nurullah@windowslive.com
[2]Trakya Üniversitesi / Eğitim Fakültesi Yabancı Diller Eğitimi Bölümü, Edirne, sevincmaden@trakya.edu.tr

Özet:. Bu çalışma ile Türkiye'de Almancanın İngilizceden sonra ikinci yabancı dil olarak öğretimi ve öğrenimi üzerine yapılan lisansüstü çalışmaların içerik analizi yöntemi ile incelenmesi ve değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışma 2000-2018 yılları arası Alman Dili Eğitimi, Alman Dili ve Edebiyatı, Mütercim-Tercümanlık Almanca-Türkçe, Çeviribilim ve Karşılaştırmalı Edebiyat (Alman ve Türk Edebiyatı) bölümlerinde yürütülmüş ve Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Veri Tabanında yer alan lisansüstü tezler ile sınırlandırılmıştır. Bu çalışmanın örneklemini 12'si yüksek lisans, 7'si doktora tezi olmak üzere toplam 19 adet lisansüstü tez çalışması oluşturmaktadır. Araştırmaya konu olan tezlere Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Veri Tabanında yer alan 'detaylı arama' sekmesindeki 'Künye'/'Dizin' bölümüne 'Deutsch als zweite Fremdsprache', 'Mehrsprachigkeit', 'İkinci Yabancı Dil' ve 'Çokdillilik' gibi kavramlar girilerek ulaşılmıştır. Her bir çalışma içerik analizi tekniği ile incelenerek, 'Araştırmanın Türü', 'Konu Alanı', 'Problem Cümlesi', 'Amaç', 'Alt Sorular', 'Hipotez', 'Araştırma Yöntemi' 'Sonuç' ve var ise 'Öneriler' ile ilgili elde edilen bulgular tablolara işlenmiştir. Erişime kapalı olan tezlere ise 'Tez Bilgileri Detay' bölümünde yer alan 'Özet' bölümünden ulaşılmıştır ve bunlarla ilgili içerik analizinden elde edilen veriler özette yer alan bilgiler ile sınırlı kalmıştır. Sonuç olarak 2000-2018 yılları arasındaki süreçte Türkiye'de gerçekleştirilen lisansüstü çalışmaların içinde ve tez başlıklarında kullanılmış olan 'Deutsch als zweite Fremdsprache nach Englisch', 'L3', 'Tertiärsprachendidaktik' ve '3. Dil Öğretimi veya Öğrenimi' gibi kavramların her zaman yurtdışında yapılan çalışmalarda (Bkz. Hufeisen ve Neuner, 2003; Wokusch, 2008) sözü edilen kavramlar ile birebir aynı anlamda kullanılmadığı, bazı tezlerin Diller için Avrupa Ortak Öneriler Çerçevesinde (CEFR) tanımlanan 'Çokdillilik' kavramından çok daha başka konular içerdikleri ortaya çıkmıştır. Veriler ayrıca tezlerin yazım ilkelerinde önemli farklılıkların olduğunu göstermiştir. Tespit edilen diğer bir husus ise tezlerin her birinde hangi araştırma yönteminin kullanılmış olduğunun açık bir biçimde belirtilmemiş olmasıdır. Bununla beraber Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Veri Tabanında yer alan tez dizin bölümüne girilen konu alanlarına ilişkin anahtar sözcükler ile çalışmalarda incelenen konuların birebir örtüşmediği görülmüştür. Bu araştırma neticesinde elde edilen diğer bir sonuç ise 'İkinci Yabancı Dil Olarak Almanca Öğretimi/Öğrenimi'nin nasıl olması gerektiğine ilişkin lisansüstü çalışmalarının sayılarının oldukça sınırlı olmasıdır. Bu konuda yapılan çalışmalarda daha çok 'Öğrenme Stratejileri', 'Dil Politikaları' ve 'Karşılaştırmalı Dil Çalışmaları' üzerinde durulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Almancanın İngilizceden sonra İkinci Yabancı Dil Öğretimi ve Öğrenimi, Lisansüstü Tezler, İçerik Analizi

Teaching German as a second language after English in Turkey and an overview of postgraduate studies on its teaching

Abstract: The objective of this study is to analyze and assess teaching German as a second language after English in Turkey and an overview of postgraduate studies on its teaching through content analysis. This study has been conducted in the department of German Language Teaching, German Language and Literature, German-Turkish Translation and Interpretation, Translation Studies and Comparative Literature (German and Turkish Literature) between 2000-2018 and restricted with the postgraduate dissertations in the Council of Higher Education (YÖK) Dissertation Database. The research sample consists of 19 postgraduate dissertations, 12 of which are master dissertations, and 7 of which are Ph.D. theses. We access the research theses by filling the concepts such as 'Deutsch als zweite Fremdsprache', 'Mehrsprachigkeit', 'Second Foreign Language' and 'Multilingualism' in the Keywords section under "detailed search" part in the Council of Higher Education Database. We have analyzed each study via content analysis and processed the findings concerning the ' Research Type ', 'Domain ', ' Problem Statement ', ' Objective ', ' Sub-questions ', ' Hypothesis ', ' Research Method ' 'Conclusion' and 'Suggestions' if any into the table. We accessed the unauthorized theses via "Abstract" section under "Thesis Details" and the content analysis data is restricted by the abstracts. As a result, the concepts such as 'Deutsch als zweite Fremdsprache nach Englisch', 'L3', 'Tertiärsprachendidaktik' and '3rd Language Teaching and Learning used in the thesis titles and in the postgraduate dissertations in Turkey between 2000-2018 are not used in the same meaning with studies (see. Hufeisen and Neuner, 2003; Wokusch, 2008) in overseas and revealed that some theses contain far more different topics than the concept of 'Multilingualism', defined under the Common European Framework of Reference for Languages. The data also illustrate that there are important differences in the writing principles of the theses. We also have observed that none of the theses clearly specifies the research method. We further have observed that the keywords under the thesis section in Council of Higher Education Thesis Database and the topics analyzed do not correspond to each other. Another conclusion that we have is that there is relatively a few number of postgraduate studies concerning how Teaching/Learning German as a Second Foreign Language should be. The theses generally focus on 'Learning Strategies', 'Language Policies' and 'Comparative Language Studies'.

Keywords: Teaching and Learning German as a second language after English, Postgraduate Theses, Content Analysis

1.GİRİŞ

1995 yılına kadar üye sayısı 15 olan Avrupa Birliği 2013 yıllının sonuna doğru üye sayısını 28'e ulaştırarak katılımcı ülke sayısını neredeyse iki katına çıkarmıştır. Birliği oluşturan ülkelerde ekonomiden eğitime kadar birçok değişim meydana gelmiştir. Çokdilli ve çokkültürlü bir yapıya sahip olan Avrupa Birliğinde birden fazla yabancı dil öğretilmesi ve öğrenilmesi Avrupa Konseyinin eğitim politikasının en önemli başlıklarından biri haline gelmiş, Avrupalı her bireyin anadilinin yanı sıra en az iki yabancı dili öğrenmesi ve bilmesi için bazı önlemler alınmıştır. Bu bağlamda Avrupa Birliği Komisyonu Avrupa'da yabancı dil öğretme, öğrenme, ölçme ve değerlendirme sürecini belli standartlar doğrultusunda gerçekleştirilebilmesi ve bireylerin sahip oldukları yabancı dil belgelerinin tüm ülkelerde tanınırlığının sağlanabilmesi için İngilizcede *Common European Framework of Reference for Languages (CEFR)*, Almancada *Gemeinsamer* **Europäischer** *Referenzrahmen für* ***Sprachen (GER*** veya GeRS***)*** kavramı ile karşılık bulan ve Türkçeye **Diller** *için* **Avrupa** *Ortak Öneriler Çerçevesi (AOÖÇ)* olarak çevrilen bir doküman hazırlatmıştır. **Diller** *için* **Avrupa** *Ortak Öneriler Çerçevesi* adlı dokumanda yabancı dil öğreniminin dört temel beceri üzerine kurulması öngörülmekte, *çokdillilik* ve *çokkültürlülük* eğitim anlayışı benimsenmektedir. Avrupa dil politikası ışığında çokdillilik bir zenginlik olarak kabul edilmekte, birden fazla yabancı dil bilmenin kişilerin birbirini daha iyi anlayabilmelerine katkıda bulunacağı ve bunun da Avrupa'da insanların barış içerisinde yaşamalarına katkıda bulunacağı düşüncesinden yola çıkarak çokdilliliğin mutlaka tüm Avrupa ülkelerinde teşvik edilmesi ve yaygınlaştırılması gerektiği savunulmaktadır. Ancak çokdillilik eğitim anlayışına göre birden fazla yabancı dil öğretiminde ve öğreniminde dillerin birbiriyle kopuk değil birbiriyle ilintili öğretilmesi esastır. Önceden edinilmiş ve öğrenilmiş olan yabancı diller ile ilgili bilgi ve deneyimlerden faydalanılarak daha hızlı, etkin ve kalıcı bir öğrenmenin gerçekleştirilebileceği görüşü hâkimdir. Yabancı dil öğretiminde veya öğrenimindeki bu yeni yaklaşım başta Almanya ve İsviçre olmak üzere birçok ülkede alana yönelik birçok bilimsel çalışmanın yapılmasına yol açmıştır. Bu bağlamda Hufeisen ve Neuner, Goethe Enstitüsü ve ile birlikte*"Mehr als eine Fremdsprache effizient lernen: Tertiärsprachen lehren und lernen in Europa Beispiel: Deutsch als Folgefremdsprache nach Englisch"* başlıklı bir proje yürütmüş daha sonra 2003 yılında konuya ilişkin düzenlenen bir çalıştayda farklı ülkelerden bilim insanlarının sunmuş oldukları bildiriler "*Mehrsprachigkeitskonzept Tertiärsprachenlernen – Deutsch nach Englisch*" başlığı altında basılı bir kitapta toplanmıştır. Adı geçen projede ve çalıştayda yeni bir dil öğretilirken veya öğrenilirken daha önceden öğrenilmiş olan dillere ilişkin bilgilerden ve dil öğrenmeye ilişkin deneyimlerden öğretme ve öğrenme sürecinde nasıl etkili bir biçimde yararlanılabileceği ve daha hızlı ve kalıcı bir öğrenmenen nasıl gerçekleştirilebileceği sorusuna cevap aranmıştır (Bkz. Hufeisen ve Neuner, 2003, s. 5). İsviçre'de ise 'Çokdillilik' alanına yönelik '*Mehrsprachigkeitsdidaktik – Didactique intégrée des Langues*' başlığı altında düzenlenen bir sempozyumda benzer konular ele alınmıştır. İsviçrenin birçok bölgesinden katılımcıların yer aldığı sempozyumda öğretmen ve öğrencilerin İsviçre eğitim sisteminde nasıl bir 'Çokdillilik' programını uygulamak istedikleri tartışılmıştır (Bkz. Wokusch, 2008, s. 4). Türkiye'de de yabancı dil öğretiminde ve öğreniminde *çokdillilik* ve *çokkültürlülük* kavramı birçok araştırmanın konusu olmuş, bu konuda çok sayıda makale yazılmış, bildiri sunulmuş ve tez çalışması yapılmıştır. Bu çalışma ile Türkiye'de Almancanın İngilizceden sonra ikinci yabancı dil olarak öğretimi ve öğrenimi üzerine yapılan lisansüstü çalışmaların içerik analizi yöntemi ile incelenmesi ve değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Amaç

Bu çalışmanın amacı 2000-2018 yılları arasında 'İkinci yabancı dil olarak Almanca öğretimi/öğrenimi' ne yönelik yüksek lisans ve doktora tezlerinin içerik analizinin yapılması ve çalışmaların *'Araştırmanın Türü', 'Konu Alanı', 'Problem Cümlesi', 'Amaç', 'Alt Sorular', 'Hipotez', 'Araştırma Yöntemi' 'Sonuç'* ve var ise *'Öneriler'* ine göre sınıflandırılmasıdır.

Problem Cümlesi

Bazı dönemlerde belli konuların veya kavramların ön plana çıkması nedeniyle çok sayıda araştırmacı tarafından ele alındığı görülür. Bu çalışmada 2000-2018 yılları arasında araştırın içinde ve başlıklarda kullanılmış olan *'Deutsch als zweite Fremdsprache nach Englisch'*, *'L3'*, *'Tertiärsprachendidaktik', 'Çokdillilik'* ve *'3. Dil Öğretimi veya Öğrenimi'* gibi kavramların yurtdışında yapılan çalışmalarda (Bkz. Hufeisen ve Neuner, 2003; Wokusch, 2008) ve **Diller** *için* **Avrupa** *Ortak Öneriler Çerçevesi* (CEFR) dökumanında tanımlanan kavramlar ile birebir aynı anlamda kullanılıp kullanılmadığı sorusuna cevap aranmıştır.

Araştırmanın Önemi

Bu araştırmadan elde edilecek olan veriler ile incelenen her bir çalışma *'Araştırmanın Türü', 'Konu Alanı', 'Problem Cümlesi', 'Amaç', 'Alt Sorular', 'Hipotez', 'Araştırma Yöntemi' 'Sonuç'* ve var ise *'Öneriler'* ine göre belli kategoriler altında yer alacak, öte yandan alanda çalışma yapan araştırmacılara bir kaynak sunulacaktır.

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini 2000-2018 yılları arası Alman Dili Eğitimi, Alman Dili ve Edebiyatı, Mütercim-Tercümanlık Almanca-Türkçe, Çeviribilim ve Karşılaştırmalı Edebiyat (Alman ve Türk Edebiyatı) bölümlerinde yürütülmüş ve Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Veri Tabanında yer alan lisansüstü tez çalışmaları oluşturmaktadır. Bu çalışmanın örneklemini 12'si yüksek lisans, 7'si doktora tezi olmak üzere toplam 19 adet lisansüstü tez çalışması oluşturmaktadır. Araştırmaya konu olan tezlere Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Veri Tabanında yer alan 'detaylı arama' sekmesindeki 'Künye'/'Dizin' bölümüne *'Deutsch als zweite Fremdsprache', 'Mehrsprachigkeit', 'İkinci Yabancı Dil'* ve *'Çokdillilik'* gibi kavramlar girilerek ulaşılmıştır.

2. YÖNTEM

Bu çalışmada belge/doküman incelemesi[1] yöntemi kullanılmıştır. 19 adet tezin *'Araştırmanın Türü', 'Konu Alanı', 'Problem Cümlesi', 'Amaç', 'Alt Sorular', 'Hipotez', 'Araştırma Yöntemi' 'Sonuç'* ve var ise *'Öneriler'* bakımından içerik analizi[2] yapılmıştır. Araştırmaya konu olan tezlere Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Veri Tabanında yer alan 'Detaylı Arama' sekmesindeki 'Künye/ Dizin' bölümüne *'Deutsch als zweite Fremdsprache', 'Mehrsprachigkeit', 'İkinci Yabancı Dil'* ve *'Çokdillilik'* gibi kavramlar girilerek ulaşılmıştır. Yök Tez veri tabanındaki erişime kapalı olan tezlere ise 'Tez Bilgileri Detay' bölümünde yer alan *'Özet'* bölümünden ulaşılmıştır ve bunlarla ilgili içerik analizinden elde edilen veriler özette yer alan bilgiler ile sınırlı kalmıştır. Tablo1, Tablo 2, Tablo 3, Tablo 4, Tablo 5, Tablo 6, Tablo 7, Tablo 8, Tablo 9 ve Tablo 10'da yer alan alıntılar çalışmanın güvenirliğini ve geçerliliğini sağlamaktadır.

3. LİTERATÜR

Yabancı dil eğitim öğretim alanında geçmişten günümüze kadar kullanılan yabancı dil öğretim yöntem ve yaklaşımlarına bakıldığında ilk olarak dilbilgisi-çeviri yöntemi ile yabancı dil öğretilmiş, daha sonraki süreçte ise kronolojik olarak yabancı dil öğretiminde düze varım yöntemi, dilsel-işitsel yöntem, görsel-işitsel yöntem, doğal yaklaşım ve bildirişimsel işlevsel yöntemi kullanılmıştır. Başka bir değişle iletişimsel yöntem ilkelerince ve 90'lı yılların ortalarından itibaren kültür karşılaştırmalarına yer veren kullanımsal bakıştan çok eğitsel bakışın önem kazandığı bir yaklaşım ile dil öğretimi gerçekleştirilmiştir. Her bir metot veya yaklaşım bir sonraki metodun çıkış noktası olmuştur. Bir önceki yöntem veya yaklaşımın eleştirilen ve olumsuz görülen yönleri bir tarafa bırakılmış, olumlu yönleri alınarak yeni yöntem ve yaklaşımlar geliştirilmiştir. 80'li yılların ortalarında ön plana çıkan ve iletişimsel veya bildirişimsel metot yabancı dil öğreniminde 'konuşma ve iletişim' becerilerini diğer metotlara göre daha çok ön planda tutmuştur. Krumm (2001) bir yabancı dilin, birbirinden kopuk cümlelerin yer aldığı ve yabancı dil yetilerinin birbirinden izole edildiği bir ders ortamında sağlıklı olarak öğrenilemeyeceğini belirtmiştir. Bu sebeple dil öğrenmenin temeli, mümkün olduğunca sözlü ya da yazılı metinlerin odak noktasını oluşturduğu dinleme, konuşma, okuma ve yazma yetilerinin birbirleriyle kombine edilmiş bir biçimde yer aldığı, doğal bir iletişim zemini üzerine kurulmalıdır, der (Aktaran, Ünal, 2005, s. 204 ve Oflaz, 2015, s. 704). 2000'li yıllara gelindiğinde ise Avrupa Birliği yabancı dil eğitin politikasında önemli gelişmeler olmuş, Avrupa vatandaşlarının en az iki yabancı dil bilmeleri gerektiği ve birden fazla dil öğretimi ve öğreniminin çokdillilik eğitim anlayışına göre yapılması gerektiği görüşü ağırlık kazanmıştır.

Avrupa Birliği konseyi, Cangil'in (2004, s. 276) de belirttiği gibi Avrupa vatandaşlarına ilişkin 3 adet hedef belirlemiştir. Şöyle ki;

1. Avrupa'nın dil mirası konusunda bilinci artırmak ve bunu tanıtmak,

[1] Belge/doküman inceleme, araştırmanın konusu ile ilgili bilgi içeren materyallerin analizidir (Aktaş, 2015, s. 363).

[2] İçerik analizinin temel amacını toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmak olarak ifade eden Yıldırım ve Şimşek'e (2006) göre toplanan verilerin önce kavramsallaştırılması daha sonra da ortaya çıkan kavramlara göre mantıklı bir biçimde düzenlenmesi ve buna göre veriyi açıklayan temaların saptanması gerekmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2006' den Aktaran: Sert, Kurtoğlu, Akıncı, & Seferoğlu, 2012, s. 313).

2. Bütün Avrupa vatandaşlarını dil öğrenmeye teşvik etmek,

3. Avrupa'daki yaşam boyu dil öğrenimini desteklemek

Neuner'e (2009, s. 7) göre didaktik açıdan 'çokdillilik' kavramı, karşılaştırmalı dilbilim, ülke bilgisi, yabancı dil öğrenme teorileri ve medya destekli yabancı dil derslerinde yer alan iletişim metodunun geliştirilmiş biçimidir. *'Çokdillilik'* kavramı eğitim boyutunda Almancada *'Tertiärsprachendidaktik'* kavramı olarak karşılık bulan *'İkinci Yabancı Dil Öğretimi/ Öğrenimi'* olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu görüşe göre diller birbirinden kopuk değil, birbiriyle ilintili öğretilmelidir. Sonradan öğretilen ve öğrenilen bir dilin öğrenme sürecinde daha önce öğretilen veya önceden bilinen diller ile ilgili elde edelin bilgilerden (dil üzerine edinilen dilbilgisi, kelime bilgisi, sesletim vs. gibi bilgiler) ve dil öğrenmeye ilişkin deneyimlerden yararlanılarak öğretilmeli veya öğrenilmelidir. Bu yolla daha hızlı, ekonomik ve etkili bir yabancı dil öğretime veya öğrenimi gerçekleştirilmelidir. Bu bağlamda özellikle İngilizceden sonra ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenimi veya öğretimi birçok ülkede araştırma konusu olmuştur. Hufeisen ve Neuer (2000) *'Mehr als eine Fremdsprache effizient lernen: Tertiärsprachen lehren und lernen in Europa. Beispiel: Deutsch als Folgefremdsprache nach Englisch'* başlıklı bir proje başlatmış ve bir çalıştay düzenleyerek çokdillilik eğitim anlayışının metodik ve didaktik olarak nasıl hayata geçirilebileceği konusunu tartışmaya açmışlardır. Daha sonra 2. ve 3. kez düzenledikleri toplantılarda bireylerin sahip olduğu dil becerilerinin, tecrübelerinin, stratejilerinin yeni bir yabancı dil öğrenim süreciyle nasıl ilişkilendirilebileceği gibi konular ele alınmıştır. Bu toplantıların devamında ise 2003 yılına kadar toplamda 5 kere gerçekleşen çalıştaylarda sunulan bildiriler Hufeisen ve Neuner (2003) tarafından *"Mehrsprachigkeitskonzept – Tertiärsprachenlernen – Deutsch nach Englisch"* başlığı altında çalıştayın basılı bir dokümanı haline getirilmiştir. Bu kaynakta temel olarak, Avrupa Konseyinin Dil Poltikası tanıtılmış, 'çokdillik''in ne olduğu anlatılmış ve ikinci yabancı dil öğrenme/öğretme sürecinin hangi temel özellikler üzerine kurulu olması gerektiği üzerinde durulmuştur. Bunun yanı sıra 'İsviçre Örneğinde Çift Dilli Yabancı Dil Eğitimi' gibi konularda ele alınmıştır. Wypusz (2015) Polonya'daki bir okulda yapmış olduğu empirik çalışmada, ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenimi/öğretimi sürecinde yabancı dil derslerinin çokdillilik eğitim anlayışı doğrultusunda planlanması ve düzenlenmesi durumunda zamanın nasıl verimli kullanılabileceğini göstermiş, öğrencilerin derse karşı olan tutumlarının avantajlar sağladığını tespit etmiştir. Bununla birlikte Polonyadaki birçok Almanca Öğretmenin 'ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenimi/öğretimi' görüşüne hâkim olmadıkları belirtilmiştir. Bunun yanı sıra Polonyada örneğinde 'ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenimi/öğretimi'ne ilişkin materyal, ders kitabı ve öğrenme programlarının eksikliği vurgulanmıştır. Bu noktadaki eksikliklerin Polonya'da 'İkinci Yabancı Dil Öğrenimi ve Öğretimi' görüşü üzerine çalışan bilim insanlarının sayılarının oldukça az olmasıyla ilişkili olduğu belirtilmiştir. Ülkemizde ise bu alana yönelik birçok çalışmanın yapılmış olduğu görülmüştür. Türkçenin Almancaya göre farklı bir dil aile yapısına sahip olması Almanca öğrenme sürecinde bir dez avantaj olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada İngilizce önemli bir konuma sahiptir. Alana yönelik ülkemizde yapılan bazı çalışmalar aşağıda sıralandığı gibidir.

Maden 2005 yılındaki çalışmasında 'Hallo Freunde' Almanca ders kitabını incelemiş ve Almancayı İngilizceden sonra ikinci yabancı dil öğretiminde ders kitabının barındırması gereken temel özellikleri taşımadığı sonucuna ulaşmıştır. İkinci yabancı dil olarak Almanca öğrenimi ve öğretimine yönelik ek materyallerin tasarlanmasını önermiştir. Köksal (2008) ise hazırlık sınıfında Almanca öğrenen öğrencilerin yazma (cümle kurma) yeterliklerini incelemiş, sonuç olarak İngilizcenin Almancaya etki ettiğini saptamıştır. Devamında ise Almanca ile ilgili müfredatın oluşturulmasında hedef kitlenin özellikleri göz önünde bulundurularak 'ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenimi/öğretimi' ilkelerince yerel bir öğretim metodunun geliştirilmesini önermiştir. Öte yandan Arak 2016 yılında yayımlanmış olan bir çalışmasında Türkiyede gelecekte gerçekleştirilecek olan Almancanın İngilizceden sonra 2. Yabancı dil derslerine ilişkin bir dizi öneri geliştirmiştir. Şöyle ki;

1. Oldukça kısıtlı olan ders süreleri daha etkili düzenlenmelidir.
2. Öğrenme ve öğretmeyi hızlandırabilecek yöntemler belirlenmelidir.
3. İkinci, üçüncü yabancı dili öğrenmede dil öğrenme isteğini arttıracak materyaller hazırlanmalıdır.
4. Ders içeriği düzenlenirken öğrencinin öğrenme isteği ve ilgisi dikkate alınmalıdır (Bkz. Arak, 2016, s. 24).

Karaman (2017) ise erken yaşta ikinci yabancı dil olarak Almanca öğretiminin nasıl olması gerektiğini, dilin aktarılmasının nasıl gerçekleşebileceğini ve hangi materyallerin kullanılması gerektiğini önerileri ile birlikte sunmuştur. Sonuç olarak erken yaşta yabancı dilin ilköğretim seviyesinde zorunlu olarak okutulması gerektiğini ve bununla birlikte üniversitelerde *'temel eğitim ikinci yabancı dil öğretmenliği'* lisans proğramlarının açılması

gerektiğini ve öğretmenlerin ders içerisinde sadece kitaba bağlı kalmayarak bunun yanı sıra öğrencilerin ilgilerini çekecek ders içi yöntemler uygulayacak biçimde yetiştirilmesi gerektiğini savunmuştur. Bu çalışmalardan farklı olarak Koçak ve Çobanoğulları (2017) Danimarka örneğinde ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenimi ve öğretimini ele almış ve Türkiye ile kıyaslamışlardır. Sonuç olarak her iki ülkede de benzer bir yabancı dil müfredatının yürütüldüğünü, ancak Danimarkada müfredatın başarı ile yürütüldüğünü, oysa Türkiyede beklenen sonucun elde edilmediğini tespit etmişlerdir. Bu durumun ise uygulamadan kaynaklandığını öne sürmüşlerdir. Bu araştırmalardan elde edilen diğer bir sonuç ise Danimarka ve Türkiyedeki öğrencilerin ikinci yabancı dile ilişkin tutumları ile ilgilidir. Danimarka'daki öğrenciler yabancı dil öğretimini diğer hedeflere ulaşmada önemli bir araç olarak görürken, Türk öğrenciler özellikle ikinci yabancı dil öğretimini gereksiz bulmaktadır (Bkz. Koçak ve Çobanoğulları, 2017, s. 10). Sıralanan örneklerden de görüleceği gibi 'İkinci Yabancı Dil Öğrenimi/Öğretimi' Türkiyede birçok araştırmacı tarafından incelenmiş ve konuya ilişkin çok sayıda makale yayımlanmıştır. Ancak bu çalışma kapsamında yapılan literatür taramasında 'İkinci Yabancı Dil Öğrenimi/Öğretimi' üzerine yapılmış olan lisansüstü çalışmaların incelenmiş ve değerlendirilmiş olduğu herhangi bir makaleye rastlanmamıştır. Alandaki bu eksiklikden hareket ederek çalışma tasarlanmıştır. Bu çalışmada Türkiyede ikinci yabancı dil öğretimi/ öğrenimi üzerine yapılan lisansüstü çalışmaların içinde ve başlıklarında yer alan *'Deutsch als zweite Fremdsprache nach Englisch'*, *'L3'*, *'Tertiärsprachendidaktik'* ve *'3. Dil Öğretimi veya Öğrenimi'* gibi kavramların yurtdışında yapılan çalışmalarda (Bkz. Hufeisen ve Neuner, 2003; Wokusch, 2008) sözü edilen kavramlar ile birebir aynı anlamda kullanılıp kullanılmadığına bakılmış, *'Çokdillilik'* kavramının ne derece **Diller** *için* **Avrupa** *Ortak Öneriler Çerçevesinde* (CEFR) tanımlanan anlamı ile ele alındırğı araştırılmıştır. Bu bağlamda 9 adet alt soru sorulmuştur. Şöyle ki;

1) Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Veri Tabanında yer alan 2000-2018 yılları arası yayımlanan ikinci yabancı dil olarak Almanca öğretimi/öğrenimi konulu tezlerin türleri nasıldır?
2) Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Veri Tabanında yer alan 2000-2018 yılları arası yayımlanan ikinci yabancı dil olarak Almanca öğretimi/öğrenimi konulu tezlerin konu alanları nasıldır?
3) Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Veri Tabanında yer alan 2000-2018 yılları arası yayımlanan ikinci yabancı dil olarak Almanca öğretimi/öğrenimi konulu tezlerin problem cümleleri nasıldır?
4) Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Veri Tabanında yer alan 2000-2018 yılları arası yayımlanan ikinci yabancı dil olarak Almanca öğretimi/öğrenimi konulu tezlerin amaçları nasıldır?
5) Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Veri Tabanında yer alan 2000-2018 yılları arası yayımlanan ikinci yabancı dil olarak Almanca öğretimi/öğrenimi konulu tezlerin araştırma yöntemleri nasıldır?
6) Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Veri Tabanında yer alan 2000-2018 yılları arası yayımlanan ikinci yabancı dil olarak Almanca öğretimi/öğrenimi konulu tezlerin alt soruları nasıldır?
7) Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Veri Tabanında yer alan 2000-2018 yılları arası yayımlanan ikinci yabancı dil olarak Almanca öğretimi/öğrenimi konulu tezlerin hipotezleri nasıldır?
8) Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Veri Tabanında yer alan 2000-2018 yılları arası yayımlanan ikinci yabancı dil olarak Almanca öğretimi/öğrenimi konulu tezlerin sonuçları nasıldır?
9) Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Veri Tabanında yer alan 2000-2018 yılları arası yayımlanan ikinci yabancı dil olarak Almanca öğretimi/öğrenimi konulu tezlerin önerileri nelerdir?

4. BULGULAR

Yükseköğretim Kurulu Başkanlığının Tez Veri Tabanında yer alan '*Künye/Dizin*' butonunda arama motoruna *'Deutsch als zweite Fremdsprache', 'Mehrsprachigkeit', 'İkinci Yabancı Dil'* ve *'Çokdillilik'* gibi kavramlar anahtar kelime olarak girildiğinde Tablo 1'de de görüleceği gibi 2000-2018 yılları arası yazılmış olan 12'si yüksek lisans, 7'si doktora tezi olmak üzere 19 adet lisansüstü tez listelenmiştir.

Tablo 1: 2000-2018 Yılları Arası 'Almancanın İngilizceden Sonra İkinci Yabancı Dil Olarak Öğretimi ve Öğrenimi' Üzerine Yazılan Tezlere Hakkında Bilgiler

Kod	Yıl	Tez Adı	Türü	
			Y.Lisans	Doktora
1	2001	Erken yaşta çok dillik ve yabancı dil	x	
2	2002	Türk ilkokullarında ikinci yabancı dil olarak Almanca 'Hallo, Freunde'-6' ders kitabının analizi (Öğretmen ve müfredat örneğinde)	x	
3	2003	Almanca'nın Avrupa Birliği ve Türkiye'deki dil politikaları bağlamında incelenmesi	x	
4	2003	Zur Didaktik und methodik der Ausnutzung des Englischen als erster Fremdsprache im Unterricht "Deutsch als zweite fremdsprache" bei Muttersprachlern des Türkischen / Anadili Türkçe olanların "ikinci yabancı dil Almanca" derslerinde birinci yabancı dil İngilizceden yararlanmanın didaktiği ve yöntemi üzerine		x
5	2004	İkinci yabancı dil dersi olarak Almanca öğretimi nasıl uygulanmalı	x	
6	2006	İngilizce`den sonraki ikinci yabancı dil Almancanın öğrenimi		x
7	2007	İngilizce'nin Türkiye'de ikinci yabancı dil olarak Almanca öğretimine etkileri	x	
8	2008	İkinci yabancı dil öğretiminde alternatif yöntemlerin Almanca edebi metinlerle uygulanması		x
9	2008	Emine Sevgi Özdamar'ın çokdilli Mutterzunge adlı eserinde çeviri sorunsalı	x	
10	2009	Drittspracherwerb als prädeterminierter Lernprozess. die kognitiven Prozesse beim Leseverstehen und bei der Textproduktion von Türkischen Drittspracherwerbern des Deutschen / Öncel belirli öğrenme süreci olarak üçüncü dil edinimi. Almancayı üçüncü dil olarak edinen Türklerin okuma, anlama ve metin üretmedeki bilişsel süreçleri		x
11	2010	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesinde ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenen öğrencilerin öğrenme motivasyonları ve öğrenme stratejileri. Türkiye'de ikinci yabancı dil Almancanın yöntem ve öğretimi alanına bir katkı	x	
12	2010	Almanca öğretmenliği bölümü öğrencilerinin Almanca öğrenimleri sırasında kullandıkları dil öğrenme stratejilerinin incelenmesi: Dicle Üniversitesi örneği	x	
13	2011	Sprachökonomie im Bilingualismus (Deutsch-Türkisch) und ihre Erscheinungen im Sprachgebrauch / İki dillilikte dil ekonomisi		x
14	2011	İkinci yabancı dil (Almanca) öğretiminde Avrupa dil portfolyosuna dayalı uygulamaların etkililiğinin değerlendirilmesi		x
15	2012	Dilbilgisel yapılar ışığı altında Türkofonlarda Almanca edinimi	x	
16	2013	İkinci yabancı dil Almancanın öğretiminde yabancı dil öğretim kuramlarının uygulanabilirliği		x
17	2014	İkinci yabancı dil olarak Almanca öğreniminde konuşma becerisine etki eden duygu alanı odaklı psikodilbilimsel sorunlar	x	
18	2015	Erste Fremdsprachenwahl in der Fremdsprachendidaktik im Primär- und Sekundärbereich: Zu Wahlkriterien aus pädagogischer und struktureller Perspektive	x	
19	2017	Effizienz und Optimierung der Simultandolmetschdidaktik- Vergleich von Türkischen mono- und multilingualen Studiengängen	x	

Tablo 2: Tezlerin Konu Alanlarına İlişkin Bilgiler[3]

Tezlerin Konu Alanları	Tezlerin Kodları
Dilbilim	10, 11, 13, 15
Eğitim	1, 2, 3, 4, 5, 6, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19
Edebiyat	2, 3, 4, 9, 10, 13, 17, 18
Çeviri	9, 19
Diğer	-

Tablo 3: Tezlerin Problem Cümlelerine İlişkin Bilgiler

Kod	Problem Cümlesi
8	Türkiye'de yabancı dil öğretiminde geçmisten bugüne kadar çogunlukla yenilenmeden gelen yöntemler uygulanmaktadır Ögretim açısından, yabancı dil ögretimine bakıldıgında, örgencilerin yaratıcılıklarını ve deneyimlerini derste yeterince kullanamadıkları görülmektedir. Okullarda, ögrenciler yabancı dile "geleneksel yöntemler"in kalıp davranıslarına sartlandırılmaktadırlar. Kısacası ders, kitap ve ögretmen merkezli yürütülmektedir.
14	Yakın zamana kadar kullanılan ve hatta günümüzde bazı öğretmenlerin yabancı dil derslerinde özellikle tercih ettiği geleneksel metotlarla toplumun veya bireyin dil öğretimiyle ilgili beklentilerini karşılaması zor görünmektedir. Öğrenen açısından dil öğretimi ülkemizde yeterince ilgi görmemektedir.
16	Yabancı dil dersleri öğrencilerin öğrenme düzeyine, ilgisine, bilgisine ve hatırlayabileceği kurallara ışık tutabilecek düzeyde güncel ve somut olmadığından, yönlendirme ile edinilen/ öğrenilen dil sadece sınıf/ ders ortamında kullanılmakta ve iletişimsel beceri doğal iletişim ortamlara transfer etme becerisi sağlanamamaktadır
17	Ülkemizde ikinci yabancı dil dersi ortaöğretim kurumlarının onuncu, on birinci ve on ikinci sınıflarında zorunlu seçmeli ders olarak yürütülmektedir. Ancak bu dersin haftada 2 ders saatiyle ve 3 yılla sınırlı olması ve bunun yanında bir de öğretmen odaklı geleneksel öğretimin sürdürülmesi sorun teşkil etmektedir. İngilizce'nin geçerliliği ve Almanca' ya olan talep noktasında çeşitli bariyerlerin varlığı da Almanca öğretiminin gereken düzeye erişememesine neden olmuştur
18	İlerleyen yaşlarda yapısal olarak daha kapsamlı olan Almancayı öğrenmek öğrencilere zor geldiği gibi, birçok bilim adamı da böyle ba erken yaşta kavranmasının daha kolay olduğunu savunmakta ve ardından göreceli olarak daha kolay olan bir dili yüksek motivasyon ile kısa sürede öğrenildiğini söylemektedir. Bunun yanı sıra ikinci yabancı dildeki motivasyon eksikliği sıkça görülmekte olan problemlerden birisidir.

[3] Tabloda yer alan konu alanları, tezlerin dizin bölümünde yer alan ifadelere göre düzenlenmiştir.

Tablo 4: Tezlerin Amaçlarına İlişkin Bilgiler

Kod	Tezlerin Amaçları
1	Çalışmanın temel amacı, erken yaşta yabancı dil öğretimini verimli kılmak arayışlarına, Montessori yöntemini bir seçenek olarak sunmak ve tartışmaya açmaktır.
2	Bu çalışma ile Türkiye'de ikinci yabancı dil olarak Almanca alanında ilk defa hazırlanmış "Hallo, Freund !-6" ders kitabının Milli Eğitimi Bakanlığı'nın belirlemiş olduğu ikinci yabancı dil olarak Almanca hedeflerine ve Nürnberg Kriterleri'ne ne derece ulaşabildiği ve gerçekleştirilebildipği saptanmya çalışılmıştır.
3	Bu çalışmada Almanca'nın Avrupa Birliği ve Türkiye dil politikaları çerçevesinde konumu ve işlevi incelenecektir.
4	Vor dem Hintergrund der Mehrsprachigkeit und Übereinstimmungen der Sprachen Englich und Deutsch hinsichtlich verschiedener Bereiche wie die der Grammatik und des Wortschatzes wurde in dieser Arbeit versucht, die Relevanz der bewussten Ausnutzung des Englischen im Unterricht "Deutsch als zweite Fremdsprache" darzustellen.
5	Bizde bu çalışmamızla, mevcut müfredat ve materyalleri değerlendirmeye, eksik gördüğümüğüz noktalarda çeşitli öneriler geliştirmeye çalışarak bu uygulamaya katkı sağlamayı amaçladık.
6	Bu calısmada Ingilizce'den sonra ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenenlerin her iki dil arasındaki benzerliklerin etkisiyle Almanca'nın öğrenilmesi sırasında karsılastıkları dilsel benzerliklerden ne sekilde etkilendikleri arastırılmaktadır.
7	Bu çalışmada ülkemizdeki Anadolu Liseleri'nde ikinci yabancı dil öğretiminde kullanılan 'Hier sind wir! A1 ' adlı ders kitabı incelenmiştir. Bunun sonucunda kitaptaki alıştırmaların ikinci yabancı dil öğrenme ilkelerine uygunluğu irdelenmiş ve bazı bölümler için önerilerde bulunulmuştur. Çalışmanın diğer bir hedefi ise; ikinci yabancı dil olarak Almanca dersine giren Almanca öğretmenlerine; İngilizce'den yararlanarak Almanca öğretiminde kullanılabilecek özgün çalışma kağıtları ile yardımcı olmaktır.
8	Çalısmanın temel amacı, çagdas ögretim yöntemlerinden olan *üretimsel yorumbilim yöntemi* ve *sahnesel yorumlama yönteminin* tanıtılması kadar, yöntemlerin i*kinci yabancı dil olarak Almanca* dersindeki uygulamayla somutlastırmaktır. Ayrıca, yöntemlere ilgi duyan ögretmenlere de anlatılan yaklasımlar genis bir biçimde görsellestirilerek sunulmaktadır.
9	Bu çalışmada amaç, çokdilli ve çokkültürlü özellikler barındıran *Yabancılar Edebiyatı'na* ait eserlerin çevirisinde karşılaşılan sorunları incelemektir.
10	Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, die Forschungslücke im Bereich der rezeptiven und produktiven Fertigkeiten, wenn möglich miteinander verknüpfend, ansatzweise zu schließen, indem untersucht wird, ob Deutsch als Fremdsprache Lernende welche auf Anfängerniveau sind, die bereits über Englischkenntnisse verfügen, der Aufgabe gewachsen sind, deutschsprachige Texte zu rezipieren und zu produzieren. Ein weiteres Anliegen der Untersuchung besteht darin, welche Prozesse die Lernenden während ihrer Textrezeptions- sowie Textproduktionsphase in der Drittsprache Deutsch vollziehen, zu beobachten.
11	Bu yüksek lisans çalışmasında, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim ve Fen-Edebiyat Fakültelerinde ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenen öğrencilerin öğrenme motivasyonu ve öğrenme stratejileri araştırılarak, ikinci yabancı dil olarak öğrenilen Almancanın yöntem ve öğretimi alanına katkı sunmak amaçlanmıştır. Öğrenme stratejileri konusunda ise, genel anlamda öğrencilerin öğrenme stratejisi çalışma tekniklerini çeşitlerini saptamak amaçlanmıştır.
12	Bu çalısmada Eğitim Fakültesi Almanca Öğretmenliği Bölümü öğrencilerinin, Almanca öğrenimleri sürecinde, İngilizce önbilgilerinden nasıl yararlandıkları ve hangi dil öğrenme stratejilerini kullandıklarının belirlenmesi amaçlanmıstır.
13	Dili değiştirme esnasında konuşulanlar iki dil arasında, tümce ortalarında ya da aralarında, hatta çekimli sözcüklerin içinde bir dilden diğerine geçerler. Bu çalışmanın amacı söz konusu geçişlerin rastlantısal olmadığını göstermektir.
14	Bu çalışmada; yabancı dil öğretiminde amaç, eğitim durumları, ölçme ve değerlendirme boyutlarıyla ortak bir çerçeve sunan Avrupa Dil Ölçeğini referans alan Avrupa Dil Portfolyosuna dayalı uygulamaların etkililiği araştırılacaktır.
15	Bu çalışmada özetle şunlar amaçlanmaktadır; Birinci dil edinimi ile ikinci dil ediniminde var olan güncel kuramsal tartışmalar konusunda özet bilgi vermek, İkinci dil edinimini etkileyen bireysel, toplumsal ve çevresel etkenler hakkında kısaca değinmek, Dil ediniminin içgüdüsel ilkelere dayandığı varsayımın gerçek olup olmadığını deneye dayalı test etmek. Bu varsayım, test edilmeye çalışılırken Evrensel Dilbilgisi anlayışın iki farklı dil edinim varsayımı dikkate alınmaktadır.
16	Bu çalışmada amacımız vardamsal anket uygulamasından elde edilen bulgulara göre öğrencilerin öğrenme, algılama, davranış (öğrenme biçimlerine) ve bir yabancı dil dersinden beklentilerine göre en uygun dil öğretim kuramlarından faydalanarak, öğrencilerin biçimlendirmekte ve algılamakta zorluk çektikleri konuları yanıtlayarak, dilbilgisi havasında olmayan kelime bilgisi ile zenginleştirilmiş, katılımı sağlayan bir dil öğrenmesine katkı sağlamaktır.
17	Araştırmanın temel amacı, Türkiye'de Alman Dili ve Edebiyatı bölümünde öğrenim gören öğrencilerin ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenmelerindeki psikodilbilimsel sorunları incelemek olarak belirlektir.
18	Bu çalışmanın amacı, hem pedagojik ve yapısal açıdan hem de Avrupa'nın savunduğu çokdillilik politikası açısından bu seçimin ne kadar isabetsiz olduğunu ortaya koyarak İngilizcenin yerini ve önemini göz ardı etmeden, sadece İngilizcenin birinci yabancı dil olarak öğretilmesinin öğrenilmesi gereken diğer yabancı dilleri olumsuz etkilediğine parmak basmaktır.
19	Die Zielsetzung der vorliegenden Arbeit soll zur Optimierung der Dolmetschdidaktik in der Türkei dienen

Yukarıda yer alan tezler amaçlarına göre değerlendirildiğinde karşımıza 'erken yaşta yabancı dil öğretimi, kitap inceleme, yabancı dil politikaları, yabancı dil öğrenme/ öğretme metotları, edebiyat, dilbilim, çeviri, materyal tasarımı, dil öğrenme stratejileri ve öğrenme tipleri' gibi konu başlıkları çıkmaktadır. Bu başlıkların daha iyi anlaşılabilmesi için tezlerin amaçları aşağıdaki tabloda konu alanlarına göre sıralanacaktır.

Tablo 5: Tezlerin Amaçlarının Konu Başlıkları

Tezlerin Amaçlarının Konu Başlıkları	Tezlerin Kodları
Erken Yaşta Yabancı Dil	1
Kitap İnceleme	2, 7
Yabancı Dil Politikaları Müfredat	3, 5, 14
Yabancı Dil Öğrenme/ Öğretme Metotları	8
Edebiyat	9
Dilbilim	4, 6, 10, 13, 15, 17
Çeviri	9, 19
Materyal Tasarım	5, 7
Öğrenme Stratejileri	11, 12, 16

Tezlerin amaçları incelendiğinde çalışmaların daha çok 'Dilbilim' alanında yapılmış olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Anadili Türkçe olan Almanca öğrenen bireylerin karşılaştıkları zorlukların bu alanda daha çok çalışma yapılmasına yol açtığı söylenebilir. En az çalışma ise erken yaşta yabancı dil, edebiyat ve yabancı dil öğretme metotları alanlarında yapılmıştır. Bu verilerden hareketle Türkiye'de erken yaşta ikinci yabancı dil öğretimine pek yer verilmediği, çokdillik kavramının edebiyat alanında pek yer bulmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Sonuç olarak Türkiye'de 'ikinci yabancı dil öğrenimi ve öğretimi' üzerine yapılan çalışmaların amaç cümlelerinin daha çok dilbilim alanına yönelik olduğu söylenebilir. Tezlere yönelik amaç cümlelerinin yanı sıra çalışmada incelenecek diğer bir konu başlığı ise lisansüstü çalışmaları araştırma yöntemleridir. Aşağıdaki tabloda çalışmalarda tespit edilen araştırma yöntemlerine ve tezlerin kodlarına yer verilecektir.

Tablo 6: Tezlerin Araştırma Yöntemlerine İlişkin Bilgiler

Tezlerin Araştırma Yöntemleri	Tezlerin Kodları
Tarama Modeli	2, 11, 12
Deneysel Model	10
Durum Çalışması	-
Karma Yöntem	11, 14
Eylem Araştırması	-
Diğer (Alternatif Yöntemler, Uzun Süreli Araştırma, Söylem Analizi, Mülakat vb.)	8, 13, 15, 17

Tabloda yer alan araştırma yöntemleri ve uygulama biçimleri aşağıda sırasıyla detaylı olarak açıklanacaktır.

Tarama Modeli

Başaran (2002) çalışmasında 'Hallo Freunde' kitabını analiz etmektedir. Kitap analizinde 'Nürnbeg Kriterleri' ölçeğine başvurmuştur. Devamında ise hedef gruba anket uygulamıştır (Bkz. Başaran, 2002, s.65). Günak (2010, s. 2)) çalışmasının giriş bölümünde *'Araştırma yöntemi tarama ve anket uygulaması modeline dayanmaktadır'* ifadesini kullanarak araştırma modelinin 'tarama modeli' olduğunu belirtmiştir. Ancak çalışmanın 'Veri Toplama' bölümünde araştırma modelini 'Karma Yöntem' olarak tanımlamıştır. Şöyle ki;

> Uygulanan anketlere ilişkin sonuçlar nitel ve nicel araştırma yöntemleri çerçevesinde ele alınmış ve değerlendirilmiştir. "ikinci Yabancı Dil Olarak Almanca Öğrenen Öğrencilerin Öğrenme Motivasyonları ve Öğrenme Stratejileri" konulu bu çalışmanın kuramsal bölümünde, yukarıda maddeler halinde sıralanan konular sosyal bilimlerde kullanılan karma yöntemlerle nitel bir şekilde kavram ve kuram boyutunda ele alınmıştır (Günak, 2010, s. 67).

Akıllılar (2010) çalışmasında 'Tarama Yöntemi' kullandığını belirtmiştir. Şöyle ki;

> Almanca Öğretmenliği Anabilim Dalında öğrenim görmekte olan öğrencilerin, İngilizceden sonra Almanca öğrenimleri sırasında kullandıkları öğrenme stratejilerinin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen bu çalısmada, "tarama modeli" kullanılmıştır (Akıllılar, 2010, s. 8).

Çalışmada kullanınlan ölçek *Kişisel Bilgi Formu* ve *Yabancı Dil Öğrenme Stratejileri* anketi olarak belirlenmiştir. Anket 5'li likerti formatında tasarlanmış ve 22 sorudan meydana gelmiştir (Bkz. Akkıllılar, 2010, s. 9).

Deneysel Model

Demiryay (2009) çalışmasında Ege ve Marmara Üniversitesi Alman Dili bölümü hazırlık sınıfında eğitim gören öğrencilere belirli aralıklarla okuduğunu anlama ve yazmaya yönelik testler uygulamış, ampirik bir çalışma yaptığını belli aralıklar uygulamalar yaparak öğrencilerin okuduğunu anlama ve metin üretme yeterliğini test ettiğini anlatmıştır. Şöyle ki;

> Da in der Literatur bisher nur wenige Überlegungen vorhanden sind, welche Fähigkeiten das Verstehen und die schriftliche Anfertigung von fremdsprachlichen Texten in **L3** erfordert, soll eine empirische Untersuchung mit Studenten der Germanistik- und Deutschdidaktikabteilungen durchgeführt werden, die in den sogenannten Vorbereitungsklassen der Ege und Çanakkale Onsekiz Mart Universitäten intensiv Deutsch erlernen. In bestimmten Zeitabständen werden bezüglich des Leseverstehens und der Textproduktion Tests durchgeführt, um Aufschluss über die Prozesse zu erlangen, die die Studenten während der Verarbeitung und der Produktion vollziehen. Dabei werden mehrere Variablen hinsichtlich ihres Einflusses auf die Verstehens- und Schreibprozesse der Probanden berücksichtigt. Dazu gehören in erster Linie *die Sprachkenntnisse*, *das Vorwissen* des Lerners sowie seine *Lese-* und *Schreibstrategie* (Demiryay, 2009, s.5).

Karma Model

Ege (2011) çalışmasının araştırma yöntemini 'karma araştırma yöntemi' olarak belirlemiştir. Araştırma yöntemi ve kullanmış olduğu ölçeği aşağıdaki gibi betimlemiştir:

> Araştırma yaklaşımı olarak "karma araştırma yaklaşımı" kullanılmıştır. Sosyal bilimler ve davranış bilimlerindeki kullanımının yaygınlık kazandığı karma araştırma yaklaşımı, nitel ve nicel araştırma yaklaşımlarının bir arada kullanılmasıyla oluşmakta, bu yaklaşım araştırmacılara farklı yöntemlerle veri toplamasına ve verilerin farklı yöntemlerle analiz edilmesine yardımcı olmaktadır (Creswell, 2003, 2008; Akt: Yeşilyurt, 2010' den Aktaran, Ege, 2011, s. 77). Nicel veriler, oluşturulan yapılandırılmış gözlem ve görüşme formları yardımıyla elde edilen nitel verilerle desteklenmiştir. Nicel veriler, sosyal bilimlerde daha çok belli bir materyalin, yöntemin öğrencilerin başarıları, tutumları, davranışları gibi değişkenlerdeki etkisinin sayısal bilgilerle ifade edilmesine yardımcı olmaktadır. Nitel veriler ise genellikle açık uçlu sorular, görüşme ve gözlem notları gibi yazılı dökümanlardan elde edilmektedir (Erden, 1998, s. 47' den Aktaran, Ege, 2011, s. 77) .

Diğer Araştırma Modelleri

Atlı (2012) çalışmasında dört aşamada 288 saatlik ders uygulaması ile Sakarya Üniversitesi Alman Dili Edebiyatı bölümündeki öğrencilerin çeşitli zamanlarda yazdığı metinleri çözümlemiştir. Çalışma yöntemini uzun süreli araştırma olarak belirlemiştir. Araştırma modelinin amacını ve aşamalarını aşağıda verildiği gibi ele almıştır:
Amaç;

> I. Türkofonların Almanca edinimi ile farklı dillere mensup insanların Almanca edinimi arasında benzerlikler olduğu ve edinimin aşamalı şekilde gerçekleştiğini sağlayan varsayımın doğruluğunun test edilmesi; (Atlı, 2012, s. 64).
>
> II. Anadilleri Türkçe olan öğrenicilerin Almancayı öğrenirken/edinirken, özellikle dilbilgisi konusunda, diğerlerinden farklı öğrendiklerini/edindiklerini iddia eden görüşün test edilmesi ve bu görüşün doğruluğunun teyit edilmesi durumunda Türkofonlar için yabancı dil olarak Almanca öğretiminde ne tür değişikliklerin yapılması gerektiği ve Türkofon öğreniciler için hangi yöntemin veya yöntemlerin daha yararlı olacağı yönünde görüş bildirmek olacaktır demiştir (Bkz. Atlı, 2012, s. 64).

Aşamaları;

> I. Giriş: Bu bölümde verilerin çözümleme kıstasları betimlenir.
> II. Çözümleme sonuçları kronolojik aşamalar halinde sunulur.
> III. İsviçre'de yapılmış olan "Deutsch in Genfer Schulen" isimli projeye benzer dilbilgisel yapıların edinimi betimlenir.
> IV. DİGS-Projesinin sonuçları ile Sakarya Üniversitesi hazırlık sınıfının Almanca edinim sonuçları birbiriyle karşılaştırılır (Atlı, 2012, s. 65)

Genç (2011) çalışmasında görüşme tekniği kullanmıştır. Ses kayıt cihazı ile 2007-2009 yılları arasında öğrencilerde meydana gelen kod karışımını incelemiştir. Genç (2011) çalışmasında kullanmış olduğu araştırma modelini 'metot' bölümünde aşağıda verildiği gibi tanımlamıştır:

> Die Untersuchung geht von sprachlichen Formen aus und fragt, welche sprachökonomischen Funktionen diese Formen haben. Somit liegt der Untersuchungsgegenstand im Schnittpunkt einer form- und funktionsbezogenen Analyse. Dabei werden die linguistischen Formen auf verschiedenen Ebenenen untersucht, wie die Wort-, Satz- und Kontextebene. Ich habe versucht Altbekanntes über CS nicht zu replizieren. Demzufolge ist das Ziel der vorliegenden Studie eine linguistische Darstellung von Code-Switsching in deutsch-türkischen bilingualen Gesprächen mit besonderem Schwerpunkt auf den sprachökonomischen Funktionen des Wechsels der Code (Genç, 2011, s. 63).
> 4.2.1. Methoden der Datensammlung und der Marmara Korpus
> Die gesprächanalytische Betrachtung des Marmara Korpus bildet die empirische Basis dieser Arbeit. Das Vorgehen ist datengeleitet und interpretativ. Der Untersuchungsgegenstand ist Auftauchen des Phänomens des Code-Switchings im Datenmaterial Die Gesprächanalyse wird nicht mit ethnographischen Informationen verbunden. Kultureinwirkungen bei der Wortwahl angedeutet (Genç, 2011, s. 63). Die Funktionen des CS bei der Aufgaben- und Problembewältigung der Gesprächsteilnhmer werden näher erläutert (Genç, 2011, s. 63-64). Dabei wird die Sprachökonomie als mögliche Ursache für das CS herangezogen (Genç, 2011, s. 64).

Ağar (2014) çalışmasında katılımcılara görüşme formu uygulamıştır. Görüşme yazılı olarak yapılmıştır. Keşif türünden bir çalışma olarak nitelendirilen araştırma sonucunda toplanan veriler nitel yöntemler ile değerlendirilmiştir.

> Bu araştırma keşif türünden bir çalışma olarak hazırlanmıştır ve ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenenlerin konuşma becerisine psikolojik bariyer teşkil eden unsurların ortaya çıkartılmaya çalışıldığı nitel bir çalışmadır (Ağar, 2014, s. 53).

Toplanan veriler ise içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir.

> Verilerin analizinde temalar önceden belirlendiği için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak kullanılan görüşme formu, tek bölümden oluşmaktadır. Bu bölümde ise görüşme soruları yer almaktadır.

> Görüşme formu hazırlandıktan sonra ön uygulama yapılmıştır. Görüşme formunun hazırlanmasında Özgüven (…) ilke ve tekniklerine özen gösterilmiştir (Akar, 2014, s. 53).

Darancık (2008) çalışmasında İngilizce Öğretmenliği bölümünde okuyan öğrencilere '*üretimsel yorumbilim yöntemi'* ve '*sahnesel yorumlama yöntemi'* uygulamıştır. Bu yöntem dört aşamada gerçekleşmiştir.

> 1. Alternatif yöntem ile ilgili araştırmalar incelenmiş ve yabancı dildeki araştırmalar Türkçe'ye çevirisi yapılarak çalışmada tanıtılmıştır.
> 2. Bu yöntemin etkililiğinin sınanacağı İkinci Yabancı Dil olarak Almanca dersinde, kısa edebi türlere yer verilerek ders yürütülmüştür.
> 3. Uygulama sonunda öğrencilerin ödevleri ve öğrencilerin yazılı yorumları göz önünde bulundurulmuştur.
> 4. Dil karşılaştırılması ve hata çözümlemesi gibi yöntemler metni anlamaya yönelik hataları ortaya koymaya, sınıflandırmaya ve değerlendirmeye olanak tanımıştır (Darancık, 2008, s. 8).

Tablo 7: Tezlerde Problem/Amaç ve Alt Sorulara İlişkin Bilgiler

Kod	Altsorular
10	Können L3-Anfänger ihre Kenntnisse der L2 Englisch ausnutzen, wenn sie einen fremdsprachigen Text lesen, der in der etymologisch verwandten L3 Deutsch verfasst ist? – Worin bestehen die Unterschiede bzw. Gemeinsamkeiten im Verstehen und Produzieren von Texten in der L3? Kann die L2 in beiden Situationen gleichermaßen hilfreich sein?
11	ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenen öğrencilerin, bu dili öğrenirken nasıl motive oldukları, hangi yöntemi kullandıkları Almancayı öğrenirken birinci yabancı dil olarak öğrenmiş oldukları İngilizce ile veya başka bir dil ile bağlantı kurup kuramadıkları soruları araştırma konusu yapılmış, öğrencilerin öğrenme motivasyonları ve öğrenme stratejileri arasında bir ilgi olup olmadığı ve sonuç olarak motivasyon, strateji ve bunların birbiriyle ilişkisinin başarıyı etkileme biçimi saptanmaya çalışılmıştır.
12	Arastırmanın genel amacı doğrultusunda asağıdaki sorulara cevap aranmıstır: 1- Araştırmaya katılan Almanca Öğretmenliği Bölümü öğrencilerinin, Almanca öğrenimleri sürecinde kullandıkları dil öğrenme stratejileri ve bu stratejilerden yararlanma oranları nelerdir? 2- Almanca Öğretmenliği Bölümü öğrencilerinin cinsiyetlerine göre dil öğrenme stratejilerinden yararlanma oranları arasında ayırt edici bir fark var mıdır? 3- Almanca Öğretmenliği Bölümü öğrencilerinin mezun olunan okul türlerine göre kullandıkları dil öğrenme stratejilerinden yararlanma oranları arasında ayırt edici bir fark var mıdır? 4- Almanca Öğretmenliği Bölümünde öğrenim gören Hazırlık sınıfı, 1. sınıf, 2. sınıf, 3. sınıf ve 4. sınıf öğrencilerinin, öğrenim gördükleri sınıflara göre, dil öğrenme stratejilerinden yararlanma oranları arasında ayırt edici bir fark var mıdır?
15	Anadili Türkçe olan öğreniciler, Almanca dilbilgisini nasıl edinirler? Bu öğreniciler ile anadili Almanca olan veya herhangi bir anadili konuşucunun ikinci yabancı dil olarak Almanca dilbilgisi edinimi arasında anlamlı bir fark var mıdır? Öğrenilerek edinilmeye çalışılan ikinci bir dilin edinim sürecini hızlandırmak için dışarıdan müdahale etmenin mümkün olup olmadığı, mümkünse bu süreç insanlığın lehine nasıl dönüştürülebilir ve Türkofonlarda Almanca edinimi nasıl bir süreç izler? Bu tezin amacı yukarıdaki sorulara cevap bulmakla birlikte derslerle değiştirilmesi mümkün olmayan ve dildışı etkenlerden etkilenmeyen Almanca dilbilgisinin, anadili Türkçe olan öğreniciler tarafından belirli aşamalarla edindiğini varsayan varsayımın gerçekliğinin sınanması olacaktır.
18	Wieso etwas lernen, was mir später nichts bringt? Während dieses eines der Kernprobleme ist, ist meiner Meinung nach das wichtigere Problem die logische Reihenfolge der Fremdsprachenwahl. In unserem Lehrplan steht nichts über die Reihenfolge der Fremdsprachen, die unterrichtet werden, aber es herrscht die feste Meinung, dass mit Englisch begonnen werden muss. Aber wie richtig und zutreffend ist diese Wahl, über die weder pädagogisch noch gesellschaftlich nachgedacht wurde?
19	Wie wird das Dolmetschen erworben? Welche Strategien werden verwendet? Wie sind die Studiengänge aufgebaut? Ausgehend von den obigen Fragen bezweckt die vorliegende Arbeit „Effizienz und Optimierung der Simultandolmetschdidaktik – Vergleich von türkischen mono- und multilingualen Studiengängen" die Unterschiede bzw. Gemeinsamkeiten der mono- und multilingualen Studiengänge darzustellen.

(Kod 10)' satırında yer alan soru cümlelerinin amaca yönelik olduğu söylenebilir. Birinci amaç cümlesinde yazar Almanca öğrenenlerin İngilizce bilgilerini, köken bilimi açısından akraba dil olan Almanca'yı metin okurken kullanabilmekte midirler? İkinci amaç cümlesi ile Almanca metinlerinde okuduğunu anlama ve metin üretimine yönelik farklı ve benzer yönlerin hangi noktalarda gerçekleştiğini sorusunun cevabı aranmaktadır. Son soru cümlesi ise kendinden önceki soru cümlelerine gönderme yapmaktadır (bkz. Demiryay, 2009, s. 4). Her üç soru cümlesinden hareketle çalışmanın amaç cümlelerin daha çok 'metin dil bilim' yüzeyinde tasarlandığı söylenebilir.

> Bu çalışmada "ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenen öğrencilerin, bu dili öğrenirken nasıl motive oldukları, hangi yöntemi kullandıkları Almancayı öğrenirken birinci yabancı dil olarak öğrenmiş oldukları ingilizce ile veya başka bir dil ile bağlantı kurup kuramadıkları soruları araştırma konusu yapılmış, öğrencilerin öğrenme motivasyonları ve öğrenme stratejileri arasında bir ilgi olup olmadığı ve sonuç olarak motivasyon, strateji ve bunların birbiriyle ilişkisinin başarıyı etkileme biçimi saptanmaya çalışılmıştır" (Günak, 2010, s. i). (Bkz. Tablo 7, Kod 11).

Yukarıda verilen soru cümleleri çalışmanın özet bölümünde yer almaktadır. Soru cümleleri incelendiğinde çalışmada ulaşılmak istenen amaçlara yönelik olduğu sonucuna varılır. Günak (2010) çalışmasında ikinci yabancı dil öğretimini farklı boyutlardan ele alımıştır. Soru cümlelerinden hareketle çalışmanın daha çok 'ikinci yabancı dil öğrenimi ve öğretimi' ve 'öğrenme stratejileri ve -motivasyonları' başlıkları altında ele alındığı söylenebilir.

> 1- Araştırmaya katılan Almanca Öğretmenliği Bölümü öğrencilerinin, Almanca öğrenimleri sürecinde kullandıkları dil öğrenme stratejileri ve bu stratejilerden yararlanma oranları nelerdir?
> 2- Almanca Öğretmenliği Bölümü öğrencilerinin cinsiyetlerine göre dil öğrenme stratejilerinden yararlanma oranları arasında ayırt edici bir fark var mıdır?
> 3- Almanca Öğretmenliği Bölümü öğrencilerinin mezun olunan okul türlerine göre kullandıkları dil öğrenme stratejilerinden yararlanma oranları arasında ayırt edici bir fark var mıdır?

> 4- Almanca Öğretmenliği Bölümünde öğrenim gören Hazırlık sınıfı, 1. sınıf, 2. sınıf, 3. sınıf ve 4. sınıf öğrencilerinin, öğrenim gördükleri sınıflara göre, dil öğrenme stratejilerinden yararlanma oranları arasında ayırt edici bir fark var mıdır? (Akıllılar, s. 5-6). (Bkz. Tablo 7, Kod 12).

Tıpkı Günak'ın (2010) çalışmasında olduğu gibi Akıllar (2010) da çalışmasını 'Öğrenme Stratejileri' başlığı altında tasarlamıştır (Bkz. Tablo 1 Kod 11, Kod 12). Günak'ın (2010) çalışmasından farklı olarak Akıllılar (2010) çalışmasında hazırlık sınıfından 4. Sınıfa kadar olan öğrencilerin strateji kullanma düzeyleri arasındaki farklılığı araştırmıştır (Bkz. Tablo 7, Kod 12, 4. madde). Bunun yanı sıra her iki çalışmada 'soru cümleleri' açısından göze çarpan en önemli fark, Günak (2010)'ın çalışmasındaki 'motivasyon' başlığının olmasıdır (Bkz. Tablo 1 kod 11). Günak (2010) ve Akıllılar'ın (2010) çalışmaları arasındaki diğer bir fark ise 'soru cümleleri'nin yer aldığı başlıklardır. Günak (2010) çalışmasında soru cümlesine 'özet' bölümünde yer verirken, Akıllılar (2010) çalışmasının 'Amaç' bölümünde yer vermiştir. Buradan hareketle Akıllar'ın (2010) sıralamış olduğu soru cümleleri 'amaca yönelik soru cümleleri' şeklinde tanımlanabilir (Bkz. Tablo 7, Kod 12).

> Anadili Türkçe olan öğreniciler, Almanca dilbilgisini nasıl edinirler?
> Bu öğreniciler ile anadili Almanca olan veya herhangi bir anadili konuşucunun ikinci yabancı dil olarak Almanca dilbilgisi edinimi arasında anlamlı bir fark var mıdır?
> Öğrenilerek edinilmeye çalışılan ikinci bir dilin edinim sürecini hızlandırmak için dışarıdan müdahale etmenin mümkün olup olmadığı, mümkünse bu süreç insanlığın lehine nasıl dönüştürülebilir ve Türkofonlarda Almanca edinimi nasıl bir süreç izler? (Atlı, 2012). (Bkz. Tablo 7, Kod 15).

Atlı (2012) yukarıda yer alan soru cümlelerinine çalışmanın özet bölümünde yer vermiştir. Çalşmada bu soru cümlelerine yanıt aranmaktadır. Atlı (2012) soru cümlelerine aranan cevapları çalışmanın amacı olarak belirtmektedir. Bu noktada bu cümleler 'amaca yönelik soru cümleleri' olarak tanımlanabilir. Soru cümlelerinin içeriği incelendiğinde 'dilbilgisi edinimi ve dil edinimi' gibi anahtar sözcükler göze çarpmaktadır. Buradan hareketle amaca yönelik soru cümleleriyle Atlının (2012) çalışmasını 'dil edinimi' kategorisi altında konumlandırdığı söylenebilir. Yine soru cümlelerinden hareketle 'Dilbilgisi' başlığını farklı bir bakış açısından ele almıştır. Sakarya Üniversitesi Alman Dili ve Edebiyatı hazırlık sınıfı öğrencilerinin dil edinim süreçlerini Frankfonlar (DİGS'Deutsch in Genfer Schulen' projesinde yer alan ilk ve orta öğretim öğrencileri) grubu ile karşılaştırmıştır. Çalışmada iki farklı ülkeden iki farklı yaş grubunun Almanca dil edinimi karşılaştırmalı olarak incelendiği için bu çalışma 'karşılaştırmalı dilbilim, dil bilgisi edinimi' kategorisinde yer almaktadır. Bu noktada çalışma 'ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenimi/öğretimi' başlığı altında yürütülen diğer çalışmalardan farklıdır. Bu farklılığı şu şekilde tanımlayabiliriz. Seizik (2015) ve Demiryay (2009) İngilizceden sonra Almanca öğrenimini, Günak (2010) ve Akıllılar (2010) Almanca öğrenim sürecinde öğrenme/öğretme stratejilerini incelemiştir. Atlı ise (2012) bu alanlardan farklı olarak Almanca öğrenen ana dili Türkçe ve Fransızca olan her iki grubun (dil bilgisi edinimi) sürecini karşılaştırmıştır (bkz. Atlı, 2012, s. 114-116).

> Fazit: Wieso etwas lernen, was mir später nichts bringt?
> Während dieses eines der Kernprobleme ist, ist meiner Meinung nach das wichtigere Problem die logische Reihenfolge der Fremdsprachenwahl. In unserem Lehrplan steht nichts über die Reihenfolge der Fremdsprachen, die unterrichtet werden, aber es herrscht die feste Meinung, dass mit Englisch begonnen werden muss. Aber wie richtig und zutreffend ist diese Wahl, über die weder pädagogisch noch gesellschaftlich nachgedacht wurde? (Seizik, 2015, s. 1). (Bkz. Tablo 7, Kod 18).

Seizik (2015) yukarıda yer alan soru cümlelerine çalışmasının 'Giriş Bölümü'nde yer alan 'Soru Bölümü'nde yer vermiştir. Çalışmada yer alan soru cümleleri 'iki problem' etrafında toplanmıştır. Seizik (2015) soruları araştırarak Türkiye'nin 'dil politikasına' katkı yapmanın önemini vurgulamıştır;

> "*Um dieser Frage eine Antwort zu finden, wurde es für wichtig gehalten dieses Thema zu untersuchen und die daraus folgenden positiven Ergebnisse unserer Bildung und Sprachenpolitik beizusteuern*" (Seizik, 2015, s. 1).

Buradan hareketle Seizik (2015) in çalışmasında yer alan soruların daha çok 'problem cümlesi' olduğu sonucuna varılabilir. Soru cümleleri içerik olarak analiz edildiğinde, cümlelerin daha çok 'müfredat ve yabancı dil seçimi' etrafında odaklandığı söylenebilir. Bu noktada çalışmada yer alan problem veya tartışma cümlelerinin 'ikinci yabancı dil öğretimi ve öğrenimi' eğitim anlayışı açısından Türkiyenin 'yabancı dil politikası' etrafında kurgulandığı sonucuna varılabilir. Diğer çalışmaların soru cümlelerinden farklı olarak ele alınan soru cümleleri problemlere dikkat çekmekte, içerik olarak ise 'müfredata' değinilmektedir. 'Demiryay (2009), Günak (2010), Akıllılar (2010) ve Atlı'nın (2012) çalışmalarında yer alan soru cümleleri 'özet, metot, ya da 'amaç' bölümünde yer alırken, Seizik'in (2015) çalışmasında 'soru bölümünde' yer almaktadır.

> Wie wird das Dolmetschen erworben?
> Welche Strategien werden verwendet?
> Wie sind die Studiengänge aufgebaut?
> Ausgehend von den obigen Fragen bezweckt die vorliegende Arbeit „Effizienz und Optimierung der Simultandolmetschdidaktik – Vergleich von türkischen mono- und multilingualen Studiengängen" die Unterschiede bzw. Gemeinsamkeiten der mono- und multilingualen Studiengänge darzustellen (Sertdemir, 2017, s. 10). (Bkz. Tablo 7, Kod 18).

Sertdemir (2017) çalışmasında yer alan soru cümlelerini 'amaç ve soru' başlığı altında toplamıştır. Tıpkı Seizik'in (2015) çalışmasında olduğu gibi 'soru cümleleri', 'soru' başlığının altında ortaya çıkmaktadır. Sertdemir'in (2017) belirtmiş olduğu cümleler bu noktada 'çalışmanın amacına yönelik soru cümleleri' kategorisi altında değerlendirilebilir. İçerik olarak sorular incelendiğinde, 'tercüman yetiştirme, strateji, üniversite bölümü' gibi konular öne çıkmaktadır. Kullanılan soru cümlelerinden ve tezin başlığından (Effienz und Optimierung der Simultandolmetschdidaktik) hareketle çalışmanın 'mütercim tercümanlık anabilim dalına' yönelik tasarlandığı sonucuna ulaşabilmektedir. Kullanılan anahtar sözcük 'strateji'dir ve çeviri bilim alanında ele alınmıştır (Bkz. Sertdemir, s. 27). Bu noktada çalışma Akıllılar (2010) ve Günak'ın (2010) ifade etmiş olduğu gibi 'strateji' kavramı bağlamında diğerlerinden farklılık göstermektedir. Akıllılar (2010) ve Günak (2010) 'strateji' ifadesini Bimmel ve Rampillon (2000) ölçeği çerçevesindeki öğrenme boyutunda ele almışlardır. Sertdemir ise Kurcharska'nın *Stalling* çeviri strajesine değinmiştir (Bkz. Sertdemir, s. 28).

Yukarıda incelenen 'Soru Cümlelerinin' çoğunun 'Amaca Yönelik Soru Cümlesi' (Bkz Tablo 7, Kod 11, 12, 15, 19) olduğu ortaya çıkmıştır.

Bu bölümde çalışmalarda kullanılan soru cümlelerinin birbiryle olan ilişkisi incelendi ve belirtilmiş olan anahtar cümler ile hangi konu alanları bazında ele alındığını irdelenmiştir. Buradan hareketle 'soru cümlelerinin' en çok 'öğrenme stratejileri' başlığı altında ortaya çıktığı sonucuna varılmıştır (Bkz. Kod 11, 12). Bununla beraber diğer çalışmalara ait soru cümlelerinin 'metin dilbilimi' (Bkz. Kod 10), dil edinimi (bkz. Kod 15), 'müfredat' (bkz. Kod 18) ve 'çeviri' (bkz. Kod 19)' gibi alanlara işaret edebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Biçim açısından incelenen soru cümlelerine genellikle tezlerin 'özet' ve 'amaç' bölümlerinde yer verildiği görülmüştür. Bununla birlikte incelenen tezlerde sadece Seizik (2015) ve Sertdemir'in (2017) çalışmalarında araştırmaya yönelik soru cümleleri bölümünün yer aldığı gözlemlenmiştir. Sonuç olarak Türkiye'de 'ikinci yabancı dil öğrenimine veya öğretimine' ilişkin yazılmış tezlerin problem cümlelerinin çoğunlukla, amaç cümlesi olduğu, bir çalışma dışında diğer çalışmalarda problem cümlesi bulunmadığı, soru cümlelerinin farklı araştırma alanlarına (metin, dilbilim, müfredat) işaret ettiği ve çoğu çalışmada 'soru cümlelerine' birbirinden ayrı bölümlerde yer verilmediği bulgularına ulaşılmıştır.

Tablo 8: Tezlerin Hipotezlerine İlişkin Bilgiler

Kod	Hipotez
10	1. Lernende nutzen ihre Kenntnisse des Englischen beim Lesen oder bei der schriftlichen Sprachproduktion von deutschen Texten. 2. Allerdings könnte der Einsatz der unterstützenden Wirkung der L2 im Leseverstehensprozess L3 und die schriftliche Produktion in L3 Unterschiede aufweisen. 3. *Die Lesestrategie hat Einfluss auf die Leistungen im fremdsprachlichen Textverständnis.* 4. *Die Schreibstrategie hat Einfluss auf die Leistungen in der Textproduktion.*
18	**Hypothese 1:** Die Deutsche Sprache ist eine Brücke zur Englischen Sprache. **Hypothese 2:** Kinder können im jüngeren Alter mit komplizierten Sprachstrukturen besser umgehen

Demiryay (2009) çalışmasının ilk hipotezini 'öğrenciler İngilizce bilgilerini Almanca metin okurken ya da yazarken kullanırlar' şeklinde tanımlamıştır.

> *"1.Lernende nutzen ihre Kenntnisse des Englischen beim Lesen oder bei der schriftlichen Sprachproduktion von deutschen Texten"* (Demiryay, 2009, s. 5).

Bu hipotezi ise öğrencilerin okuduğunu anlama ve yazma becerilerinde ulaştığı başarıyla ingilizce bilgileri arasındaki ilişkiyi tespit ederek doğrulamıştır.

> Diese Hypothese lässt sich bestätigen, da sowohl die erreichten Leistungen im fremdsprachlichen Textverständnis als auch die erzielten Leistungen im schriftlichen Ausdruck signifikante Korrelationen zwischen den Englischkenntnissen und dem Textverständnis sowie den Textproduktionsleistungen aufweisen (Demiryay, 2009, s. 173). (Bkz. Tablo 8, Kod 10).

Demiryay'ın (2009) ikinci hipotezi ise aşağıda verildiği gibidir.

> "*2.Allerdings könnte der Einsatz der unterstützenden Wirkung der L2 im Leseverstehensprozess L3 und die schriftliche Produktion in L3 Unterschiede aufweisen*" (Demiryay, 2009, s. 5).

Demiryay (2009) 2. hipotezinde 'birinci yabancı dilin etkisinin ikinci yabancı dildeki okuduğunu anlama süreci ve yazma becerileri arasında ilişkide farklılıklar göstereceği' şeklinde ifade etmiştir. Bu hipotezi ise 'okuduğunu anlamaya ve yazmaya ilişkin öğrencilerin önbilgileri ve başarıları arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu tespit ederek doğrulamıştır.

> Die Annahme, dass die erhobenen Leistungen im Textverständnis und in der Textproduktion in Abhängigkeit vom Vorwissen variieren, wird für vier von insgesamt fünf erhobenen Daten zum Vorwissen bestätigt. Mit Hilfe der statistischen Auswertungen konnte nachgewiesen werden, dass zwischen dem Vorwissen und den Leistungen zum Textverstehen bzw. zur Textproduktion signifikante Zusammenhänge bestehen (Demiryay, 2009, s. 174).

Çalışmada yer alan diğer bir hipotez ise 'okuma stratejileri yabancı dilde okuduğunu anlama başarasına etki ettiği' şeklinde tanımlamıştır

> *"3. Die Lesestrategie hat Einfluss auf die Leistungen im fremdsprachlichen Textverständnis"* (Demiryay, 2009, s. 123).

Bu hipotezi ise P-değişkeninde yer alan değerler ile doğrulamıştır. Değerlere göre, okuma stratejileri ve yabancı dilde okuduğunu anlamadaki başarı arasında anlamlı bir ilişki ortaya çıkmaktadır. Bu ise Demiryay'ın (2009) üçüncü hipotezini doğrular niteliktedir.

> Die dritte Hypotehese geht davon aus (vgl. Kap.3.2.3, S.123), dass der Einsatz von Lesestrategien den Umfang des Textverständnisses beeinflusst. Bei den Lesestrategien korreliert, mit den hierzu ermittelten P-Werten von 0,009 und 0,024 nur zwei von insgesamt vier *Items*, die Informationen über die Lesestrategien von Lernenden wiedergeben, signifikant mit den erzielten Leistungen im Hinblick auf das fremdsprachliche Textverständnis. Diese Ergebnisse können nur Teilweise die in Kapitel *1.2.4* referierten Befunde von Rothkopf und Billington zur Bedeutung von Lesetstrategien für das Verstehen fremdsprachlicher Texte unterstützen (Demiryay, 2009, s. 174-175).

Çalışmada yer alan son hipotez ise 'yazma stratejilerinin metin üretiminde etkili olduğu' şeklindedir.

> *"4- Die Schreibstrategie hat Einfluss auf die Leistungen in der Textproduktion"* (Demiryay, 2009, s. 124).

İstatistiksel analizde ulaşılan, yazma stratejileri ve yazılı ifade'de ki başarı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilerek hipotez doğrulanmıştır.

> Diese Behauptung lässt sich zum größten Teil bewahrheiten, da mittels der statistischen Analyse errechneten P-Werte von 0,02 - 0,0001 und 0,02 in drei von insgesamt vier erhobenen Daten zu der Schreibstrategie signifikante Zusammenhänge zwischen der Schreibstrategie und den erreichten Leistungen im schriftlichen Ausdruck festgestellt werden konnten (Demiryay, 2009, s. 175).

Demiryay (2009) yukarıda sıralanan ilk iki hipotezi (Hipotez 1 ve 2) çalışmanın temel hipotezi olarak ele almıştır (Bkz. Demiryay, 2009, s. 5). Her iki hipoteze değinmeden önce 'ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenimi/öğretimi' üzerine araştırma yapan bilim insanlarının genel görüşüne yer vermiştir. Devamında ise bu görüşün uygulabilirliğinin ya da uygulanamayabilirliğinin deneysel olarak yeterli düzeyde kanıtlanmadığına vurgu yapmıştır. Birinci hipotezde ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenen bireylerin metin okuma ve yazma süreçlerinde İngilizce bilgilerini kullandığını öne sürmüştür. Bu hipotezini ise öğrencilerin İngilizce bilgi düzeyinin okuma ve yazma başarıyla doğru orantılı olduğunu tespit ederek kanıtlamıştır. İkinci hipotezinde ise İngilizce'nin Almancadaki okuduğunu anlama ve yazma becerilerinde farklı sonuçlar oluşturacağını savunmuştur. Bu hipotezini ise okuduğunu anlama ve yazma becerilerine yönelik önbilgi ve başarı arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dikkat çekerek doğrulamıştır. Üçüncü hipotezinde ise okuma stratejilerinin okuduğunu anlamadaki başarıya etki ettiğine değinmiştir. Bu hipotezi analiz etmiş olduğu verilerle doğrulamıştır. *Rothof* ve *Billington*'un sonuçlarıyla ilişkilendirmiştir. Dördüncü ve son hipotezde 'yazma stratejilerinin yazma becerisine yönelik başarıda etkisi olduğunu öne sürmüştür. Bu hipotezi ise istatistik analiz ile doğrulamıştır. Yazma stratejisine yönelik hipotezini 'strateji ve ulaşılan başarı' arasında anlamlı bir ilişki olduğunu tespit ederek doğrulamıştır. Bu çalışmada yer alan tüm hipotezler yapılan analizlerin sonuçları ile doğrulanmıştır. Aynı

zamanda alanda çalışma yapan bilim adamlarının sonuçları ile karşılaştırılmış ve aynı sonuçlara ulaşılmıştır. Bu çalışmanın yanı sıra tabloda Seizik (205)'in çalışmasına yönelik iki hipotezle karşılaşmaktayız.

Seizik (2015) çalışmasında birinci hipotez olarak Almancanın İngilizce öğreniminde köprü görevi gördüğünü öne sürmüştür.

"Hypothese 1: Die Deutsche Sprache ist eine Brücke zur Englischen Sprache" (Seizik, 2015, s. 2).

Uygulamış olduğu anketin sonucuna göre birinci yabancı dili Almanca olan Y- özel okulundaki öğrencilerin ikinci yabancı dil öğrenimini (İngilizce) oldukça basit bulduklarını ve her iki dil arasında çok fazla farklılığın olmadığı vurgulamıştır.

> Desweiteren hat sich durch die Ergebnisse der Umfrage die Hypothese bestätigt, dass der vielfältige Formenreichtum der deutschen Sprache eine effektivere Basis für weitere germanische Spachen darstellt, als die des Englischen. Denn den Ergebnissen zufolge finden die Y-Privatschulenschüler das vergleichende Lernen im zweiten Fremdsprachenunterricht sehr hilfreich und einfach und empfinden keinen großen Unterschied zwischen Deutsch und Englisch. Gegensätzlich dazu finden die X Privatschulenschüler trotz des vergleichenden Tertiärsprachenunterrichts den zweiten Fremdsprachenunterricht schwierig und sind der Auffassung, dass die Sprachen doch Unterschiede aufweisen (Seizik, 2015, s. 75).

Seizik' in (2015) diğer bir hipotezi ise 'çocukların erken yaşta karmaşık dil yapıları ile daha iyi başa çıkabileceği' şeklindedir.

"Hypothese 2: Kinder können im jüngeren Alter mit komplizierten Sprachstrukturen besser umgehen" (Seizik, 2015, s. 2)

Söz konusu hipotezi ise Y okulunda birinci sınıfta Almanca öğrenmeye başlayan öğrencilerin bu dille ilgili problem yaşamadıklarını, derste sıkılmadıklarını ve kendilerini baskı altında hissetmediklerini tespit ederek doğrulamıştır. Buna karşılık olarak X[4] okulunda birinci yabancı dil olarak İngilizce öğrenen öğrencilerin ikinci yabancı dil öğrenimi karşılaştırmalı olarak öğrenmelerine rağmen zor bulmaktadır. Buna rağmen öğrenilen dillerin farklılıklara sahip olduğu görüşüne sahiptirler. Seizik'in (2015) hipotezini Y- okulunda eğitim gören öğrencilere yönelik bulgularla doğrulanmıştır.

> Eine der Hypothesen war es, dass eine kompliziert strukturierte Sprache, im jüngeren Alter, aufgrund dessen größerer Gehirnplastizität, eher bewältigt werden kann, als im späteren Alter, wo die Gehirnplastizität zurückgeht. Durch die Ergebnisse kam es zum Vorschein, dass die Schüler, die mit Deutsch in der ersten Klasse begonnen haben, keine Probleme mit dem Lernen dieser Sprache hatten. Sie finden sich weder gelangweilt noch überfordert. Doch die Schüler, die in der ersten Klasse Englisch gelernt haben und anschließend in der dritten Klasse mit Deutsch begannen, haben Schwierigkeiten beim Lernen dieser Sprache und fühlen sich gelangweilt (Seizik, 2015, s. 75).

Sonuçlara göre Almanca İngilizce öğrenimini kolaylaştırmış ve İngilizce öğreniminde köprü görevi sağlamıştır. Seizik'in (2015) ikinci bir hipotezi 'erken yaşta çocukların karmaşık dil yapılarıyla daha iyi başa çıkabileceği' şeklinde tanımlanabilir. Seizik (2015) hipotezini birinci sınıftan itibaren Almanca öğrenen çocukların bu dilin öğrenilmesinde positif sonuçlar ortaya koyduğunu belirterek doğrulamıştır. Buna karşılık birinci sınıfta İngilizce öğrenen 3. Sınıfta Almanca öğrenmeye başlayan öğrencilerin, öğrenmede zorluk yaşadıklarını ve Almanca öğrenmeyi sıkıcı bulduklarını tespit etmiştir. Her iki çalışmaya ait hipotezler incelendiğinde 'ikinci yabancı dil öğrenimi/öğretimi' açısından yaş grubuna yönelik farklı sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Demiryay'ın (2009) çalışmasında katılımcı gurubu 'yetişkinler' dir. Bu grup İngilizcenin ardından Almancayı okuma ve yazmaya yönelik stratejiler kullanarak daha iyi öğrenirken, Seizik'in (2015) incelediği katılımcı grubu 'çocuk' lar grubunda benzer sonuçların ortaya çıkmadığı görülmüştür. Çocuklar açısından İngilizceden sonra öğrenilen Almanca, öğrenmede zorluklara yol açmaktadır. Bu görüşün tersi olarak İngilizcenin Almancadan sonra öğrenilmesi daha kolay gerçekleşmektedir. Sonuç olarak 'ikinci yabancı dil öğrenimi/öğretimi'nde çocuklara Almancadan sonra İngilizce ve yetişkinlerde Almancadan sonra İngilizce öğretildiğinde sonuçta daha memnun verici sonuçlara ulaşılabileceği söylenebilir.

Tablo 9: Tezlerin Sonuçlarına İlişkin Bilgiler

Kod	Sonuçlar
1	Sonuç olarak ana çizgileriyle Montessori Yöntemi erken yaşta yabancı dil öğretiminde uygulanabilecek bir yoldur. Ancak bu yolun başarılı çalışmalara ulaştırması, beli koşullara bağlıdır. Montessori yönteminin içerdiği ve burada tanıtmaya çalıştığım koşullar yerine getirildiği takdirde erken yaşta yabancı dil öğretimi gerçekleştirilebilir.

[4] X okulunda ikinci yabancı dil olarak (Almanca, Rusça, Fransızca ve İspanyolca) dersleri sunulmaktadır (Bkz. Seizik, 2015, s. 52)

2	1; 55,2% der Lehrenden sind der Meinung, dass die Lernenden mit dem Lehrbuch "Hallo, Freunde!-6" es registrieren, dass auch andere Sprachen als Türkisch gesprochen werden. Die Lernenden in dieser Altersstufe müssten schon ohne der Unterstützung des Lehrwerkes es registriert haben, dass auch andere Sprachen als Türkisch gesprochen werden, daher denkt ein Teil der Lehrenden, dass das Ziel des türkischen Erziehungsministeriums nicht nur mit Hilfe "Hallo, Freunde!"verwirklich worden ist. 2; 62,4% der Lehrenden sind der Meinung, dass die Lernenden mit dem Lehrbuch "Hallo, Freunde!-6" willig sind, in einer fremden Sprache zu kommunizieren. Deutsch als zweite Fremdsprache ist nicht obligatorisch und die Lernenden haben schon diesen Fremdsprachunterricht mit positiven Einstellungen gewähl. 9. Es wird ein Lehrwerk benötigt, dass für die Kinder am Grundstufenalter mehr spieleriche, visuelle, audiovisuelle Objekte für den Fremdsprachenunterricht benutzt, und ein Lehrwerk, dass dieses Programm erfolgreich unterstützen kann. 10. Es werden auch die Lehrwerke benötigt, die beim Deutsch als zweite Fremdsprachlehren besonders mit dem Fremdsprachenangebot Englisch Parallele schaffen können. 11. Es werden mehr wöchentliche Unterrichtsstunden für Deutsch als zweite Fremdsprache benötigt um das Erlernen der Fremdsprache mit dem Lehrwerk "Hallo, Freunde !-6" für die Kinder effektiver zu machen.
3	İkinci yabancı dil olarak Almanca'ya duyulan ilginin artması ülkemizde diller zenginliğine doğru atılmış bir adım olarak değerlendirilebilir.
4	Bizzat bizim tarafımızdan yürütülen "İkinci Yabancı Dil Almanca" dersinde edinilen deneyim ve yapılan araştırmalar sonucunda İngilizcenin, Almancayı öğretmeyi/ öğrenmeyi daha çok olumlu yönde etkilediği görülmüştür, öyle ki Türkçeyi anadili, İngilizceyi birinci yabancı dil olarak öğrenmiş olanlar Almancayı, İngilizcenin bilinçli olarak kullanıldığı derslerde, bilinçli kullanılmadığı derslere nazaran, daha kolay, daha çabuk ve daha az hata yaparak öğrendikleri tespit edilmiştir.
5	Kendi öğrencilerime anket uyguladım ve yine onların görüşlerine başvurdum. Ortaya yabancı dil eğitimi adına pek parlak sonuçlar çıkmadı. Okulların çoğunda yabancı dil laboratuarı yok, dersin akışını kolaylaştıran ve kaliteyi destekleyen araç-gereçler ya sınırlı ya da hiç yok (özellikle taşra bölgelerinde) Toplumuzda yabancı dilin algılanış şekli de farklılıklar gösteriyor. Bir kısım yabancı dili gereksiz görüyor, diğer bir kısmı ticari obje olarak görüyor (yabancı dil öğretmeni olmak, turizmde faaliyet göstermek vs.) çok az bir kısmı ise sosyal ve kültürel bir gereksinim olarak görüyor. Almanca ile İngilizce akraba diller olduğundan birçok noktada benzerlikler taşımaktadır. Bundan dolayı ikinci yabancı dili öğrenirken daha önce öğrenilen birinci yabancı dile başvurdukları sıklıkla görülmektedir. Buna dair zaman zaman benzer sözcüklerin telaffuzunun karıştırılması dışında herhangi bir olumsuzluk gözlemlenmemiştir.
6	Sözcüklerin anlamları farklı bile olsa öğrenciler birbirine tam benzeyen veya çok benzeyen sözcükleri birbirini anlamca karşılayan sözcükler olarak algılayıp kullanabiliyorlar. Bu da dilbilimsel bakısla, diller arasında olumlu veya olumsuz aktarımlar yapılabildiğini gösteriyor.
7	Bu çalışmada sonuç bölümü var ancak çalışmada elde edilen herhangi bir sonuca yer verilmemiştir.
8	Ögrenciler yeni karsılastıkları yöntemlere karsı mesafeli olmus olsalar da, yöntemler islendikçe ögrenciler de *alternatif ögretim yöntemleri*ni benimsemislerdir. İkinci yabancı dil dersine karsı olumsuz düsünce tarzı, olumlu düsünce tarzına dönüsmüstür. Ögrencilerin de fark ettigi gibi, bu yöntemler sayesinde sadece yabancı dil ögrenilmiyor, aynı zamanda ögrenciler arasında iletisim ve isbirligi de artıyor. Olumlu bir sınıf ortamında yürütülen ders ögrencilerin sözkonusu yöntemlerle çalısmasını daha verimli hale getirmis ve ögrenme de bu sayede daha etkili olmustur. Ögrenciler edebi metinlerle çalısmanın yabancı dil ögrenmeyi zevkli hale getirdigini belirtmislerdir. Aynı zamanda *sahnesel yorumlama yöntemi*ne mesafeli davranmıs olsalar da ilerleyen ders saatlerinden sonra yönteme alıstıklarını, kendi duygu ve düsüncelerini metindeki kisilerle bagdastırdıklarını belirtmislerdir. Kendini yeterince ifade edemeyen ve çekingen ögrencilerin *sahnesel yorumlama yöntemi*ne olumlu yönde bakmaları ve bu yöntemin egitime katkısını kavramıs olmaları, ilerleyen ders saatleri içerisinde ögrencilerin yöntemi benimsedigini göstermis ve bu sayede yöntem amacını yerine getirmistir. Ders kitaplarının içerdigi okuma ve çalısma metinleri ögrencilerin ilgisini çekmemektedir. Yabancı dil ders kitapları genellikle aynı konuları içermektedir. Sözkonusu ögrenciler ilk ve ortaögretim boyunca yabancı dil derslerinde hep aynı konu çerçevesinde metin okuduklarından bu tür metinlerden artık sıkılmıslardır. Bu nedenle de edebi metinler ögrencilerin ilgisini çekmis ve edebi metinlerle çalısmaktan çok zevk almıslardır. Bu sayede de etkili ögrenme gerçeklesmistir. Ögrenciler sadece kendilerini Almanca olarak yeterince ifade edemediklerinden yakınmıslardır. Ancak bu yöntemlerin son sınıfta uygulanması da buna neden olabilmekte, bu nedenle bu yöntemlerin daha önce uygulanması, yabancı dil ögretiminde daha basarılı sonuçları beraberinde getirecegi de açıktır. *Alternatif ögretim yöntemleri* sayesinde ögrencilerin yabancı dil derslerine yönelik olumsuz düsünceleri degismistir. Daha önce ögrenciler tarafından monoton, sıkıcı ve dilbilgisi agırlıklı sözcüklerle tanımlanan yabancı dil dersi yeni ögretim yöntemlerinin uygulanmasıyla eglenceli, etkin katılımlı ve konuşma agırlıklı olarak görülmeye baslanmıstır. Ögrencilerin uygulanan ögretim yöntemleri ile ilgili yorumlarında en dikkat çekici ve sık rastlanılan sözcük 'zevk almak' ve 'sevmek'tir. Ögrencilerin beklentisi yabancı dil dersinden zevk almak ve o dersi sevmektir. Onlar da ancak bu sayede ögrenmenin tam anlamıyla gerçeklesecenin farkında. Konular ezberlenmeden aksine üreterek, düsünerek ve eglenerek ögrenilmistir. Ögrenciler ile sözkonusu yöntemler egitim-ögretim yılının son aşamasında uygulandıgından ögrenciler bu yöntemler ile çalısmada zorlanmıs olsalar da, *alternatif ögretim yöntemleri*nin yabancı dil ögretimine olan katkısının bilincindedirler. Yorumlarından da fark edildigi gibi, bu yöntemler üzerine düsünmüsler ve ne gibi degisiklikler yapılabilecegini de sorgulamıslardır. Ögrencilerin düsüncelerine bakıldıgında *üretimsel yorumbilim yöntemi*nin ve *sahnesel yorumlama yöntemi*nin amacına ulastıgı görülmektedir. Ögrencilerin de belirttigi gibi, derste özgürlük ögrenmeyi de tesvik etmektedir. *İkinci Yabancı Dil olarak Almanca* dersinde kullanılması sırasında ögrencilerde eksiklikler saptanmıstır. Bunlar: 1. Ögrenciler, planlamaya ve dersin amacına, islevine ve uygulamaya yönelik açıklamalarda bulunmamıslardır. Ögrenciler, talimatlar dogrultusunda, kısaca geleneksel yöntem tarzında çalısmaya alısmıslardır. 2. Ögrenciler, hayal güçlerini, ilgilerini ve düsüncelerini derse aktaramamıslardır. Kısaca, yaratıcılıklarını kullanamamıslardır. Ayrıca farklı bakıs açılarıyla bir metni ele alamamıslardır. 3. Ögrenciler, kendilerini ifade etmede, düsüncelerini veya fikirlerini gerekçelendirmede zorluk çekmislerdir. 4. Ögrencilere serbest çalısma ortamı yaratıldıgında, ne ile baslayacaklarını, nasıl ilerleyeceklerini bilemediklerinden basarılı bir çalısma yapamamıslardır. 5. Ögrenciler, en basit alıstırmaya, bugüne kadar bu tür üretime yönelik alıstırma yapmadıklarından dolayı, ürkerek ve stresle yaklaşmıslardır. Bu ürkeklik ve panik sonucunda ögrenciler basarılı ve verimli bir ders sürdürememislerdir.
9	Sonuç olarak özetlemek gerekirse, islediği konu açısından en az iki farklı dünya arasında hareket halinde olan, dolayısıyla belli bir sınıflandırmaya dâhil edilemeyen bu edebiyat türü, değer bakımından da farklılık göstermektedir. Çevirilerde Lefevere'in belirttiği erek ve kaynak kutuplardaki odaklaşma ve bundan dolayı da iki kutbun uzlaşamaması gibi Toury'nin iki farklı kutbun, iki farklı normun gereklerinden bahsetmesi de genellikle iki ya da çok dilli Yabancılar Edebiyatı'nın çevirisininde geçerliliğini yitirir. Bunun sebebi melezlikle donatılmış bu edebiyatta her iki kutbun da kaynağı oluşturmasından dolayı birbiriyle uzlaşma durumunda olmasındandır. Aynı zamanda, bu edebiyata ait metinlerin çevirisinde her zaman tek bir kaynak metnin veya tek bir erek metnin olamayacağı, dolayısıyla çeviri sürecinin de kaynaktan ereğe doğru uzanan sorunsuz, düz bir çizgide ilerlemediği açıkça görülmektedir.
10	Die Auswertung der Fragebögen zeigte, dass die hilfreichen sowie die störenden Wirkungen des *Englischen* beim Erlernen des *Deutschen* nach den Einschätzungen der Studierenden stärker wahrgenommen werden gegenüber den positiven bzw. negativen Effekten der Muttersprache *Türkisch*. Bisherige Forschungsergebnisse haben zum einen gezeigt, dass erfahrene Fremdsprachenlerner eine größere Vertrautheit mit einer Vielzahl von Lernstrategien besitzen als unerfahrene Fremdsprachenlerner. Zum anderen hat man festgestellt, dass sich mit zunehmenden Erfahrungen an dem Fremdsprachenlernen auch Veränderungen bei den Einstellungen gegenüber dem Erlernen einer Fremdsprache und beim metakognitiven Wissen vollziehen (u.a. das Wissen über das Fremdsprachenlernen sowie das Wissen über die Sprachverwandtschaften).

	Was aber aus den bisherigen Forschungsergebnissen nicht eindeutig hervorgeht, sind die verschiedenen Konsequenzen der Erfahrungen mit dem Fremdsprachenlernen hinsichtlich des Leseverstehens und der schriftlichenTextproduktion, die miteinander verzahnt sind. Durch die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung wird belegt, dass sich unter Einbezug der Variablen der *Sprachkenntnisse,* des *Vorwissens* sowie des *Schreibziels* und deren effektivem Gebrauch im Hinblick auf die Textverstehens- bzw. Textproduktionsprozesse im Deutschen als Drittsprache eine positive Entwicklung in den Prozessen des Leseverstehens sowie der Textproduktion vollzieht, gegenüber den Studenten, die von den genannten Variablen im Zuge vom Textverständnis sowie der Textproduktion in der Drittsprache *Deutsch* keinen aktiven bzw. effektiven Gebrauch machen.
11	1. Araştırma da öğrencilerin ikinci yabancı dil Almanca öğrenmeye lisede okul müfredatları kapsamında öğrendiği, ilköğretim ikinci kademede ise var olan ikinci yabancı dil Almanca öğretiminde çok azının bu dersi gördüğü bulunmuştur. 2. Araştırma bulgularında öğrencilerin öğrenme motivasyonlarının öğrenme başarılarını doğrudan etkilediğini, motivasyonun yükseldikçe başarının da beraberinde arttığını, çeşitli öğrenme yolları ve yöntemleri bulduklarını belirtmişlerdir. 3. Araştırma da öğrencilerin ikinci yabancı dil Almanca öğrenirken, birinci yabancı dil İngilizce ile sık sık karşılaştırma yaptıkları ve bu karşılaştırmalı dilbilgisi yöntemiyle öğrenme motivasyonunun arttığını, öğrenmeyi karmaşıklıktan uzaklaştırdığını, iki dil arasında karşılaştırmalı dil analizi yöntemiyle öğrenmede kalıcılığın sağlandığını, öğretmenlerinin Almanca dilbilgisi kurallarını ve diğer becerileri kendilerine gösterdiklerinde İngilizce ile benzerlikler kurarsa kendilerine çok fayda sağladığını iki dil arasındaki ilişkinin açığa çıktığını ve daha rahat öğrendiklerini belirtmişlerdir. 4. Araştırma da İngilizce ve Almanca arasında hangi dilbilgisi konularının benzediğine dair bir soru sorulmuş ve öğrencilerin ilk sırada bazı fiilleri ve tarz fiilleri (modalverben), ikinci sırada iki dil arasındaki cümle yapısını ve üçüncü sırada ise bazı zamanları birbirine benzettiklerini ve özellikle bu dilbilgisi konularını, benzetme yöntemiyle daha iyi algıladıklarını belirtmişlerdir. 5. Öğrencilerin orta öğretim dönemlerinde gördükleri ikinci yabancı dil Almanca dersleri ve üniversitedeki derslerin kıyaslanması istendiğinde ilk sırada dilbilgisinin kullanımına önem verilmesinin, ikinci sırada dilbilgisi- dinleme, üçüncü sırada ise dilbilgisi- dinleme- yazma becerilerinin öğretilmesine ağırlık verildiğini belirtmişlerdir. 11. Öğrencilerin kendi öğrenme stratejileri sorulduğunda; yazarak çalışma, sınıfta ders esnasında verilen örnekleri tekrar etme, tanımlıkları (Artikel) belli bir melodiyle, kodlamayla ezberleyip zevkli hale getirme, sözcükleri Temalaştırma, gruplama, özet çıkarma, kendi cümlelerini kurup örnek cümleler yazma, bir diyalogu kendi kendine konuşarak anlatma, canlandırma yapma, günlük yaşama uyarlamayla, hafızada tutma, not çıkarma, sessiz bir ortam, masa başında oturma ve sözcükleri ve /veya kuralları küçük kağıtlara yazıp duvara kolay görülecek bir yere asma, cümleyi belli kalıplarla, kalıp içinde öğrenip hafızada tutma, arkadaşlarla grup çalışmasında içinde pratik yapma, kendine özgü özel bir program oluşturma, kendi sözlüğünü yapma, sıfatları zıt anlamlarıyla birlikte ezberlemek, sesli okuma, resimler yardımıyla hafızada tutma, tanımlıklarda (Artikel) kendisine tanımlığı hatırlatacak sözcüğü özellikleriyle ezberleme, çeviri yöntemiyle, birinci yabancı dilimle ortak yönlerini bulup ilişkilendirerek, karşılaştırarak öğrenme, sözcüğün baş harfleriyle yeni sözcükler oluşturarak daha çok sözcük öğrenme, sözcüklerden tekerleme yapma ve sözcüğü eş anlamıyla öğrenme gibi stratejiler kullandıklarını öğrenciler özellikle belirtmişlerdir.
12	Yapılan araştırma sonucunda öğrencilerin Almanca öğrenirken, birinci yabancı dil İngilizce öğrenimlerinde uyguladıkları stratejilerden yararlandıkları görülmüştür. Dil öğrenim stratejileri bağlamında, cinsiyet değişkenine göre stratejilerin kullanım sıklığında anlamlı bir fark bulunamamış olup, her iki cinsiyetin üst düzeyde kullandığı stratejilerin sosyo-duyuşsal stratejiler olduğu tespit edilmiştir. Mezun olunan okul türüne göre, Anadolu liselerinden ve Yabancı Dil Ağırlıklı liselerden mezun olan öğrencilerin sosyo-duyuşsal stratejileri üst düzeyde kullandıkları, bilişsel ve üstbilişsel stratejilerin ise tüm okul türlerinden mezun olan öğrenciler tarafından orta düzeyde kullanıldığı belirlenmiştir. Öğrenim görülen sınıf değişkenine göre, hazırlık sınıfı öğrencilerinin sadece sosyo-duyuşsal stratejilerde yüksek, 1. ve 2. sınıf öğrencilerinin bütün stratejilerde yüksek; buna karşın 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin en az strateji kullanım oranlarına sahip oldukları görülmüştür.
13	Viele der Studenten und Studentinnen der Germanistischen Abteilung der Marmara Universität in Istanbul, sind ausgewogene komptente Sprecher, sowohl der deutschen, als auch der türkischen Sprache.
14	1. ADP'na dayalı etkinler öğrencilerin bilişsel farkındalık becerileri üzerinde etkili olmamıştır. 2. ADP'na dayalı etkinlikler, dilin dört becerisini kazandırmada daha etkili olmuştur. 3. ADP'na dayalı etkinlikler, öğrencilerin yabancı dile yönelik tutumlarını olumlu yönde etkilemiştir. 4. ADP'na dayalı etkinlikler, öğrencilerin derse katılımlarını sağlamıştır. 5. ADP'na dayalı etkinlikler, öğrenilenlerin kalıcı olmasında etkili olmuştur.
15	288 ders saati süresince yapılan dört aşamalı çözümlemenin ardından Sakarya Üniversitesi, hazırlık sınıfı öğrencilerinin Almanca fiil ve kip edinim sıralamasıyla Frankofonların Almanca fiil ve kip edinim sıralamasında büyük benzerlikler olduğu ancak bütünüyle örtüşmediği saptanmıştır. Frankofon öğrenciler, Partizip II yapmada hiç zorlanmadıkları gibi bu zamanı geçmiş zamanlardan biri olan *Präteritum'*dan daha önce edindikleri izlenmişken, Türkofon öğrencilerin her iki zamanı aynı anda edindikleri hatta bazı öğrencilerin *Präritum'u Partizip II'den* daha önce edindikleri gözlenmiştir.
16	1. Örneklemi oluşturan öğrencilerin %92.61'inin ikinci dil (L2) olarak Almanca aldıkları veya L2 olarak Almanca konusunda bir eğitim geçmişine sahip oldukları, 2. Örneklemi oluşturan öğrencilerin aldıkları eğitime ve gelecekte belirledikleri hedeflerine göre L2 Almanca kurslarına katıldıkları (Bkz. Tablo 46), 3. Örneklemi oluşturan öğrencilerin L2 Almanca'dan önce bir yabancı dili (İngilizce) öğrenme deneyimine sahip olduğundan bu yönünü kullanmak istedikleri, 4. Örneklemi oluşturan öğrencilerin yabancı dil dersini "Anlatıcı-Dinleyici" (öğretmen merkezli) ilişki içerisinde değil katılımcı ve dersin etkin bir parçası olmayı (öğrenci merkezli) tercih ettiklerini ve uygulamaya aktararak başardığını görmek istedikleri, 5. Örneklemi oluşturan öğrencilerin hayal gücü ve yaratıcılık gerektiren konular yerine teknik ve çözüm üretmeyi gerektiren konular ile ilgilenmeyi tercih ettikleri, uygulanabilirliği olmayan ve fayda sağlamayan bilgilere karşı kendisini kapattığını, bu nedenle öğrendiği bilgilerin akla uygun bir yöntemle ve fayda sağlayıcı olmasına dikkat ettiği, 6. Örneklemi oluşturan öğrencilerin öğretmenin görüş ve tavsiyelerini önemsedikleri ve bu nedenle yabancı dil çalışmalarını/derslerini planlı ve programlı okul ortamında ya da okul dışında (yabancı dil kursu, özel ders vs.) tecrübeli bir öğretmenin gözetiminde yürütmek istedikleri, gözlemlenmiştir.
17	1.Bireysel farklılıklar ve öğrenme stratejileri açısından öğrencilerin psikodilbilimsel sorunlarına ilişkin sonuçları şöyle sıralayabiliriz: a) Öğrenciler konuşma becerilerini "ezber" kavramıyla birlikte zikretmişlerdir ve konuşma derslerine "ezber ders" algısı ile yaklaşmaktadırlar. b) Hata yapma kaygısı ile konuşma derslerinde pasif olduklarını belirtmektedirler, fakat aynı zamanda bunun olumsuz bir tutum olduğunun farkındadırlar. c) Öğrenci yorumlarından hareketle eğitim sisteminin, özellikle yabancı dil öğretiminde öğrencinin bireysel farklılıklarını, ihtiyaçlarını ve hedeflerini göz ardı ettiğini söylemek mümkündür. d) Diğer taraftan öğrencilerin başarılı olacağına inanmasını, güdülenmesini, yabancı dile karşı tutumunu belirleyen duyuşsal biçemden ve onu düşünmeye sevk eden, yargılayan ve tamamlanmamış bilgi için araştırma yapmasına olanak sağlayan ruhsal biçemden faydalanamadıklarını söylenilebilir. 2. Kaygı açısından öğrencilerin psikodilbilimsel sorunlarına ilişkin sonuçlar şöyledir: a) Öğrencilerde mezun adayı olmalarına rağmen hala hata yapma kaygısı ve kendine karşı güvensizlik söz konusudur. Öğrenci yorumlarında dikkat çeken unsur, öğrenci sadece kendi iç sesiyle bir durum değerlendirmesine gitmekte ve bu iç sesiyle kendini değerlendirmektedir. Kendi iç sesi, hata yapmamaya odaklandığı için konuşma eylemini ertelemektedir. Bu olumsuz durumda öğrencide dilsel gelişimin yavaşlamasına ve kendine karşı güvensizliğe, zayıflık duygusuna neden olmaktadır. Bu sebeple konuşma dersini hala doğal bir süreç içerisinde değerlendirememektedirler. c) Kaygı ile konuşma becerisi arasındaki ilişkiyi incelersek, birçok öğrenci değişkeninin rol oynadığını kabul edebiliriz. Öğrencilerin genelinde Scovel'in (1991: 11) kaygı türlerinden olan "engelleyici kaygı" türünün mevcut olduğunu söyleyebiliriz. Bilindiği gibi, bu kaygı türü bireyin kaçınma davranışı benimsemesine sebep olmaktadır. Öğrencilerin çoğunda da konuşma isteğinin olmadığı ve bu durumdan kaçındığı söylenebilir. d) Öğrenciler konuşma eylemi esnasında hatalarına müdahale eden öğretmenleri de konuşma becerilerinin gelişmesinde engel olarak görmektedirler. Hatalara müdahale eden değil, hataları olumlu pekiştireçlerle düzelten öğretmen profilini zikretmektedirler.

	3. Özgüven açısından öğrencilerin psikodilbilimsel sorunlarına ilişkin sonuçlar şöyledir: a)Öğrenciler konuşma derslerine sadece "Not Kaygısı" odaklı yaklaşmaktadırlar ve bu da konuşmanın doğal bir ortam içerinde gerçekleştirilmesinden çok uzak bir tutumdur. b)Öğrenciler konuşurken attığı adımları yapılan müdahaleler sebebiyle, rahat atamadıklarını belirtmektedirler. c) Gerek kendilerinin gerekse sınıftaki diğer arkadaşlarının arasında konuşma sürecinde bir denge kuramamaktadırlar. 4. Motivasyon açısından öğrencilerin psikodilbilimsel sorunlarına ilişkin sonuçlar şöyledir: a)Öğrenciler konuşma eylemlerini "motive olmuş birey" olarak yerine getirememektedirler. b)Yabancı dil öğrenme amaçları araçsal ve bütünleşmeci motivasyon arasında sıkıp kalmıştır. Bu ikilemde dili konuşma sürecini olumsuz etkilemiştir. c)Aynı zamanda öğrenciler öğrendikleri dille ilgili bir alanda öğrenim görmelerine ve mezun adayı olmalarına rağmen yeterli mesleki motivasyona da sahip olmadıkları görülmektedir.
18	Bu çalışmada, yukarıda ortaya konulan düşünceleri ve açıklamaları doğrulamak adına araştırmalar yapılmış ve yapılan anketlerle elde edilen bilgiler incelenerek bu bağlamda ulaşılan veriler neticesinde birinci yabancı dil olarak Almanca öğrenen öğrencilerin ikinci yabancı dil olarak İngilizceyi daha kolay kavradıkları ve her iki dili de etkin bir şekilde öğrenebildikleri bulgularına ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra öğrencilerin İngilizce öğrenirken Almancadan faydalandıkları ve ilerleyen zamanlarda üçüncü bir yabancı dil öğrenmek istedikleri de sonuçlar arasında yer almaktadır.
19	Nach den Verdolmetschungen und deren Analysen kommt die vorliegende Studie zur Erkenntnis, dass sowohl die Kompetenzen und Fertigkeiten als auch die Sprach- und Kulturkenntnisse der Studierenden der beiden Studiengänge Abweichungen aufweisen. Für das Minimieren der Abweichungen kommt das Trainieren in Frage. Ferner wurde laut den Analysen zu dem Entschluss gekommen, dass Studierende aus dem multilingualen Studiengang eine der beiden Sprachen besser beherrschen, sodass die Verdolmetschungen derselben Personen nicht auf dem gleichen Niveau waren. Entweder war die deutsche Verdolmetschung angemessener oder die Englische.

Yukarıda yer alan tablo incelendiğinde tezlerin sonuçlarının ortak noktalarının olduğu görülmektedir. En çok ön plana sonuçlar; 'ikinci yabancı dil olarak Almanca öğreniminde, öğrencilerin bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde İngilizceye başvurdukları, İngilizcenin Almanca öğreniminde etkili olduğu, yaş ve sınıf düzeyine göre öğrencilerin strateji kullanımlarında farklılıkların oluşması' şeklinde sıralanabilmektedir. Tezlerin sonuçları belirli kategoriler altında toplandığında, erken yaşta yabancı dil öğrenimi, kitap analizi, dil bilim (karşılaştırmalı dil bilim, dil edinimi), yabancı dil dersinde alternatif metotlar, edebi metin çevirilerileri, temel dört beceri, yabancı dil öğrenme stratejileri, dil politikası (müfredat), ve anabilim dallarına yönelik çalışmalar' gibi konu başlıklarının ortaya çıktığı gözlemlenebilmektedir. Bu başlıklar arasından en çok çalışma yapılan alanın 'yabancı dil öğrenme stratejileri' ve 'dil politikası' kategorilerine ait olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir. Bu kategorilere yönelik bulgular aşağıda sıralandığı gibidir:

Akıllılar (2009) öğrencilerin Almanca öğrenirken, birinci yabancı dil İngilizce öğrenimlerinde uyguladıkları stratejilerden yararlandıklarını görmüştür. Akıllar'ın yapmış olduğu araştırmada Dil öğrenim stratejileri bağlamında, cinsiyet değişkenine göre stratejilerin kullanım sıklığında anlamlı bir fark bulunamamış olup, her iki cinsiyetin üst düzeyde kullandığı stratejilerin sosyo-duyuşsal stratejiler olduğu tespit edilmiştir (Bkz. Akıllılar, 2009, s. I / Kod. 12).

Günak (2009) ise yapmış olduğu bir çalışmada ö*ğrencilerin ikinci yabancı dil Almanca öğrenirken birinci yabancı dille bağlantılı bir motivasyon içinde olup olmadıkları* sorusuna cevap aramıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğu, ikinci yabancı dil öğrenirken, birinci yabancı dilleri İngilizce ile karşılaştırmalar yaptıkları, bu durumun onların motivasyonunu arttırdığını, öğrenmeyi kolaylaştırdığını, iki dil arasında analiz etme yöntemlerinin ve stratejilerinin geliştiğini ve bu doğrultuda kalıcılığın sağlandığını, kolay kavramanın gerçekleştiğini, bunun iyi bir yöntem olduğunu belirtmişlerdir (Bkz. Günak, 2009, s. 180 / Kod. 11).

Bazı çalışmalarda ulaşılan sonuçlar bilinçli ya da bilinçsiz İngilizceye başvurma starteji olarak tanımlanmasa da, benzer sonuçlar taşıdığı için strateji başlığı altında toplanmıştır. Şöyle ki;

Yeşilli (2004) Almanca ile İngilizce akraba diller olduğundan birçok noktada benzerlikler taşıdıklarını belirtmiştir. Yeşilli bundan dolayı ikinci yabancı dili öğrenirken daha önce öğrenilen birinci yabancı dile sıklıkla başvurulduğunu ve zaman zaman benzer sözcüklerin telaffuzunun karıştırılması dışında herhangi bir olumsuzluğun gözlemlenmemiş olduğunu söylemiştir (Bkz. Yeşilli, 2004, s. 71 / bkz. Kod. 5).

Kaptı'ya (2006) göre sözcüklerin anlamları farklı bile olsa öğrenciler birbirine tam benzeyen veya cok benzeyen sözcükleri birbirini anlamca karsılayan sözcükler olarak algılayıp kullanabiliyorlar. Bu da dilbilimsel bakışla, diller arasında olumlu veya olumsuz aktarımlar yapılabildiğini göstermektedir. Bu sonuclara göre Kaptı müfredatta bu durumun dikkate alınabileceğini ve bu sözcük ciftlerine kısmen de olsa yer verilerek, öğrencilerin bu konuda bilinclenmelerinin sağlanabileceğini vurgulamıştır (Bkz. Kaptı, 2006, s. v).

Marım ise örneklemi oluşturan öğrencilerin L2 Almanca'dan önce bir yabancı dil (İngilizce) öğrenme deneyimine sahip oldukları için bu deneyimlerini kullanmak istediklerini gözlemlemiştir (Bkz. Marım, 2013, s. 153 / Kod. 16).

Yukarıda verilen alıntılardan yola çıkarak Türkiyede 'ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenimi/öğretimi' üzerine yapılan çalışmalarda genel olarak öğrencilerin bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde Almanca öğreniminde İngilizce'ye başvurdukları sonucu ortaya çıkmaktadır. Bazı çalışmalar bu noktada 'yabancı dil öğrenme

stratejileri' altında dizayn edilmişken, bazılarında ise İngilizceye başvurma dilbilim açısından açıklanmış ya da 'öğrenme stratejilerine' sadece literatür bölümünde değinilmiştir. Çalışmanın sonuçları göz önünde bulundurulduğunda diğer benzer sonuç taşıyan başlıklardan biri de 'Avrupa dil politikasına yönelik' yapılan çalışmalardır. Bu alanda yapılan çalışmalar aşağıda sıralandığı gibidir.

Cihan (2001) 'erken yaşta çok dillilik ve yabancı dil' çalışmasıyla montessuri yöntemine değinmiştir.

> Sonuç olarak burada ana çizgileriyle Montessori Yöntemi erken yaşta yabancı dil öğretiminde uygulanabilecek bir yoldur. Ancak bu yolun başarılı çalışmalara ulaştırması, beli koşullara bağlıdır. Montessori yönteminin içerdiği ve burada tanıtmaya çalıştığım koşullar yerine getirildiği takdirde erken yaşta yabancı dil öğretimi gerçekleştirilebilir (Cihan, 2001, s. 102).

Ege (2011) 'İkinci Yabancı Dil (Almanca) Öğretiminde Avrupa Dil Portfolyosuna Dayalı Etkinliklerin Değerlendirilmesi' çalışmasıyla aşağıdaki sonuçlara ulaşmıştır:

> 1. ADP'na dayalı etkinler öğrencilerin bilişsel farkındalık becerileri üzerinde etkili olmamıştır.
> 2. ADP'na dayalı etkinlikler, dilin dört becerisini kazandırmada daha etkili olmuştur.
> 3. ADP'na dayalı etkinlikler, öğrencilerin yabancı dile yönelik tutumlarını olumlu yönde etkilemiştir.
> 4. ADP'na dayalı etkinlikler, öğrencilerin derse katılımlarını sağlamıştır.
> 5. ADP'na dayalı etkinlikler, öğrenilenlerin kalıcı olmasında etkili olmuştur (Ege, 2011, s. VII). (Bkz. Tablo 9, Kod.14).

Her iki çalışmanın sonuçlarına baktığımız zaman ADP yönelik ders içi uygulamaların ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenimi/öğretimi noktasında olumlu sonuçlara ulaşılmıştır. Cihan (2001) *Montessori* yönteminin tam anlamıyla uygulanabilmesi için belirli alt yapının oluşturulması gerektiğini vurgularken, Ege (2011) ise dil portfolyosunun dezavantajı olarak 'bilişsel farkındalık becerileri üzerinde etkili olamamasına' değinmiştir. Her iki çalışmada Avrupa Dil Poltikası üzerine tasarlanmıştır. Ege (2011) çalışmasını yetişkinlerle uygulamalı olarak gerçekleştirirken, Cihan (2001) ise çalışmasını betimsel olarak tasarlamış ve Türkiye'deki ve Avrupadaki uygulamaları ele almıştır. Bu çalışmaların yanı sıra Seizik (2015), *'Erste Fremdsprachenwahl in der Fremdsprachendidaktik im Primär-und Sekundärbereich: Zu Wahlkriterien aus pädogogischer und struktureller Perspektive'* başlıklı tezinin teori bölümünde benzer noktalara değinmiştir. Farklı olarak Almancadan sonra İngilizce öğrenimini incelemiş ve sonuç olarak aşağıda yer alan bulgulara ulaşmıştır:

> …..birinci yabancı dil olarak Almanca öğrenen öğrencilerin ikinci yabancı dil olarak İngilizceyi daha kolay kavradıkları ve her iki dili de etkin bir şekilde öğrenebildikleri bulgularına ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra öğrencilerin İngilizce öğrenirken Almancadan faydalandıkları ve ilerleyen zamanlarda üçüncü bir yabancı dil öğrenmek istedikleri de sonuçlar arasında yer almaktadır (Seizik, 2015, s. V).

Sonuç olarak 'Avrupa Dil Politikası' kapsamında öngörülen uygulamaların ders içerisinde kullanılmasıyla 'ikinci yabancı öğrenimi ve öğretimi' için belirlenen ilke ve prensiplerin etkili bir şekilde derslerde uygulanmasının sağlandığı söylenebilir.

Tablo 10: Araştırmalar Neticesinde Geliştirilen Öneriler İle İlgili Bilgiler

Kod	Öneriler
1	Montessori Yöntemini ve materyallerini iyi tanıyan öğretmenler yetiştirilmeli, yöntemin çalışma tarzına uygun fiziki şartlar (sınıfların düzeni) sağlanmalı, kapsamlı materyal seçeneği olmalı, büyük ölçüde okulun ve velilerin desteği gereklidir .
2	1. Das zweite Fremdsprachenangebot in der Türkei sollte ab der 4. Klasse gewährleistet werden und es sollten die im Teil 1.6. dargestellten Methoden, die sich nach den Bedürfnissen weiter entwickeln, vor Augen gehalten werden. Auch die im Teil 1.7. betonten allgemeine Methodik und Didaktik des frühen Fremdsprachenlehrens sollte beachtet werden, da diese die Lernpsychologie der Kinder und deren Spracherwerbprozeß zusammenstellt. Man sollte diese beachten und bei der Erstellung eines neuen Programmes für die Grundstufen des türkischen Erziehungsministeriums anpassen. Es sollten allgemeine Ziele betreffende neue Lehrwerke und Lehrbücher entwickelt werden. 2. Bei den Lehrbüchern sollten sich am Ende der Kapitel Bewertungsfragen befinden, die bewerten, inwieweit die gewünschte Erwerbung der Themen des Kapitels durch den Lernenden geleistet ist. Es sollten für die ganze Türkei ausreicend gebrauchte Lehrbücher beschafft werden. 3. Man sollte den Lehrenden, um die Klassenaktivitäten besser gestalten und die Lernenden außerhalb der Klasse und des Lehrbuchs weiter zu unterstützen neue Lehrmaterialen zur Verfügung stellen. Also es sollten die für die 6., 7. und 8. Klassen vorgesehenen Deutsch als zweite Fremdsprachprogramme mit den anderen Deutschprogrammen der anderen Erziehungsstufen in einer weiterfolgenden Harmonie stehen. Es sollten benötigte Untersuchungen für die Programme und deren Bücher durchgeführt werden. Diese würden den Interressen der Kinder und den Zielen der Lehrprogramme entsprechen. In der Grundschule muß und darf das Erfahrungs- und Interessenpotential der Kinder berücksichtigt werden.
3	Tez erişime kapalı
4	Bu sonuçtan ve ikinci yabancı dilin bilişsel ve yapılandırmacı olarak öğretilmesi/öğrenilmesi gerektiği gerçeğinden yola çıkıldığında, modern bir yabancı dil dersinin tek dilde yapılması anlayışı artık bırakılmalı ve onun yerine diller arasında bilişsel karşılaştırmaya, öğrenenlerin var olan dilsel bilgilerini ve öğrenme deneyimlerini dikkate alan bir didaktik ve yöntem anlayışı benimsenmelidir.
5	Yabancı dil eğitiminde kaliteyi yakalamak için fiziki şartların da oluşturulması zorunludur. İyi bir yabancı dil öğretmeni bilgi ve becerilerini öğrencilere aktarabilmeli, kendini yeniliklere açık tutmalı, eğitim için geliştirilen her türlü araç-gereçleri kullanılmalıdır.
6	Bu sonuclara gore müfredatta bu durum dikkate alınabilir ve bu sözcük çiftlerine kısmen de olsa yer verilerek, öğrencilerin bu konuda bilinçlenmeleri sağlanabilir. Diller arasındaki bu benzeşmeyi dil öğrenimini olumsuz olarak etkileyen bir durum olarak değerlendirip, dil öğrenmeyi engelleyen bir olgu olarak kabul etmek yerine, öğrencilerin bilinclendirilmesiyle, dil öğrenme sürecinde avantaja donüstürülebilir. Böylece öğrencinin bu yolla özgüveninin ve dil bilincinin gelistirilmesine katkıda bulunulabilir.

7	Sınav kaygısı taşıyan öğrencilerle iyi yapılamayan, 12. sınıftaki Almanca dersinin, 9. sınıfa alınması ve ders saatlerinin arttırılması gerekmektedir. ÖSS'de yabancı dillerden soru çıkmamaktadır. Bu durumun değişmesi, öğrencilerin 9., 10. ve 11. sınıfta varolan ilgilerinin 12. sınıfta da sürmesini sağlayacaktır. Böylelikle yabancı dil eğitiminde süreklilik söz konusu olacak ve öğrenenlerin ikinci yabancı dil olarak Almanca'ya bakış açıları da değişiklik gösterecektir. Sadece birinci yabancı dil olarak Almanca okutulan okullarda değil; ikinci yabancı dil olarak Almanca okutulan Anadolu Liseleri'nde, en azından ayda bir kez olmak üzere anadil konuşucusu, konuşma pratiği yapmak üzere derse katılmalıdır. Bu durum, öğrencilerde kendilerine güven sağlayacak ve derse daha çok motive olmalarını beraberinde getirecektir. Bir konser afişi hazırlama gibi basit bir çalışmadan, aile soyağacı hazırlamaya; bir karikatür çiziminden, ne olmak istediği ile ilgili kompozisyon yazma çalışmasına kadar öğrencinin yaptığı, öğrendiklerini sergilediği güzel çalışmaların, okul panosuna asılması ya da okul dergisinde yayınlanması öğrencinin motivasyonunu arttıracaktır. Öğrencilerin okul dışındaki zamanlarının çoğunu alan bilgisayar, ikinci yabancı dil olarak Almanca öğretiminde de kullanılmalıdır. Bilgisayarda tek başlarına Almanca çalışabileceklerini görmeleri öğrencileri derse motive edecektir. Proje çalışmalarında grup çalışmalarına izin verilmeli, görevler paylaştırılarak öğrencilerin birlikte bir ürün ortaya çıkarmalarına olanak sağlanmalıdır. Zaman zaman öğrencilere ilginç gelen kitap dışı çalışmalara yer verilmeli, değişik çalışma kağıtları hazırlanarak dil öğretiminde sıradanlıktan çıkılmalıdır. Öğrencilerin birinci yabancı dili öğrenirken sahip oldukları öğrenme deneyimlerinden ikinci yabancı dil öğretilirken faydalanılmalıdır. Öncelikli olarak; İngilizce'den aşina oldukları alıştırma biçimleri, soru tipleri, metin inceleme çalışmaları, sınıf içi konuşma araçları kullanılmalıdır. Öğrencilerin İngilizce bilgilerinden yararlanabilecekleri, ortak sözcükleri ve benzer dil yapılarını yansıtan daha çok metin ve alıştırma tipleri içeren; ana dil ile ilgili kültürün de yer aldığı, hem Türkçe hem de Almanca konuşulan ülkelerin kültürlerinin karşılaştırılabileceği, yeni bir kitap oluşturulması en iyi çözüm olarak gözükmektedir. Sınıf içi çalışmalarında, sınavlarda ve ödevlerde İngilizce ile ilgili konu paralelliği sağlanmalıdır. Anadolu Lisesi 10. , 11. , ve 12. sınıf İngilizce programları ile Almanca programlarının paralel olması, konuların İngilizce'den hemen sonra Almanca görülmesi, hem konunun iyice pekişmesini sağlayacak hem de o konunun Almanca'da işlenmesi, öğretilmesi için gereken süreyi kısaltacaktır. Tüm Eğitim Fakültelerinin, Yabancı Diller Eğitimi bölümlerinde yer alan, Almanca ve Fransızca Öğretmenliği bölümlerinde yabancı dil olarak İngilizce dersinin ve İngilizce'den sonra o dilin öğretimi ile ilgili bir dersin konulması faydalı olacaktır. Dersleri verecek olan öğreticilerin en azından üç dilli olması gerekmektedir. Anadilinin dışında iki dil bilmeyen, ya da öğrencilerin birinci yabancı dilleri konusunda hiç bilgisi olmayan öğreticilerin ikinci yabancı dil dersinde gereken çalışmaları yapması beklenemez. Almanca'yı ikinci yabancı dil olarak öğretecek öğretmen adayları gelişmiş İngilizce bilgisine sahip olmalıdırlar. Bunun yanı sıra Almanya'ya hiç gitmemiş olan öğretmenlere kaynak sağlanarak, dilini öğrettikleri, kültürünü tanıtmayı çalıştıkları bu ülkeyi yakından tanımalarına olanak sağlanmalıdır.
8	Ögrencilerin de belirttigi gibi, bu yöntemler sadece üniversitelerde degil ilk ve ortaögretimde de uygulanmalıdır. Hatta önce egitimin ilk basamagında bu yöntemlerin kullanılması daha sonraki egitim basamaklarında ögrencilerin ögrenimlerini olumlu yönde etkileyecektir. Ancak ögrencinin de belirttigi gibi, yabancı dil derslerinde ögrencilerin temel bilgilerini gelistirmek adına önce *geleneksel ögretim yöntemleri* kullanılabilir ve daha sonra ögrencilerle *alternatif ögretim yöntemleri* uygulanabilmektedir. Kısacası, ögretmen olarak amaca uygun yöntem seçimine gitmek gerekmektedir. Çalısmada elde edilen sonuçlara göre, *üretimsel yorumbilim yöntemi* ve *sahnesel yorumlama yöntemi*nin Türkiye'de uygulanması bir gereklilik olusturmaktadır. Bu yöntemlerin egitimin ilk basamagından itibaren uygulanmasıyla üniversiteye gelen ögrencinin artık bagımsız, çok yönlü ve yaratıcı çalısmalar yapabilecek bir birey haline gelmesine olanak saglayacaktır. Unutmamak gerekir ki, bu yöntemler ögrencilerin birçok becerisini gelistirmektedir. Ögretmenlerin bu çalısmayı göz önünde bulundurarak ve kendi deneyimleriyle iliskilendirerek (ikinci) yabancı dil derslerini önemli hale getirmeleri gerekmektedir.
9	Çeviri önerisi: Annedili, Dededili, Karagöz Almanyada, Alamanyada Karagöz
10	*Schnelles und effektives Lernen'* lautet hierbei die Devise; denn es ist zugunsten der Studenten, wenn sie innerhalb des Vorbereitungsprogramms so viel wie möglich an Deutschkenntnisse gewinnen, wobei sie auf ihre bestehende Erfahrenheit zurückgreifen. In weiteren Untersuchungen im Bereich des *Deutschen als Drittsprache* könnte beispielsweise mit der Methode des *Lauten Denkens* die möglichen Gründe für den jeweiligen Zugriff und für den Verzicht auf den Einsatz der Variablen der *Sprachkenntnisse,* des *Vorwissen*, der *Lesestrategie* und der *Schreibstrategie*, genauer erforscht werden, was sich als eine Ergänzung zu den abgeleiteten Erkenntnissen aus der vorliegenden Untersuchung niederschlagen kann. Ferner könnten Interviews mit den Lernenden durchgeführt werden, in welchem Maße sie ihre stattfindenden Verarbeitungsprozesse während des Textverstehens und –produzierens in einer Drittsprache wahrnehmen und wie sie dazu Stellung nehmen. Daraus ließen sich möglicherweise weitere Einflussfaktoren bzw. Variablen ableiten, wie z.B. die *Motivation* der jeweiligen Lernenden und ihre Auswirkung auf den Erwerb einer Drittsprache, die sich auf das Verständnis und auf die Produktion von fremdsprachlichen Texten auswirken.
11	1. Araştırmada öğrencilerin ikinci yabancı dil Almancayı lisede okul müfredatları kapsamında öğrendiği, ilköğretim ikinci kademede ise var olan ikinci yabancı dil Almanca öğretiminde çok azının bu dersi gördüğü bulunmuştur. Bulgulara göre öğrencilerin ikinci yabancı dil eğitimlerine daha çok orta öğretim seviyesinde başlanıldığını ancak ilköğretim ikinci kademede var olan müfredatın uygulanmasında aksaklıklar olduğu göz önüne alındığında, Avrupa Birliği yolundaki ülkemiz için bu sorunun iyileştirilmesi ve ikinci yabancı dil Almanca eğitiminin daha ileri yaşlara indirgenerek öğretimin aktif hale getirilmesine çalışılmalıdır. 2. Araştırmanın bulgular bölümünde öğrencilerin öğrenme motivasyonlarının öğrenme başarılarını doğrudan etkilediğini, motivasyonun yükseldikçe başarının da beraberinde arttığını, çeşitli öğrenme yolları ve yöntemleri bulduklarını belirtmişlerdir. Buradan yola çıkarak eğitimcilerin, öğrencilerin öğrenme motivasyonuna sahip olmalarının ne kadar önemli olduğunu, öğrenciyi ne denli etkilediğini fark etmeli ve yapılan aktiviteler, ders içi etkinliklerde motivasyon unsurunu göz önünde bulundurarak hareket etmeleri gerekmektedir. 3. Araştırmada öğrencilerin ikinci yabancı dil Almanca öğrenirken, birinci yabancı dil İngilizce ile sık sık karşılaştırma yaptıkları ve bu karşılaştırmalı dilbilgisi yöntemiyle öğrenme motivasyonunun arttığını, öğrenmeyi karmaşıklıktan uzaklaştırdığını, iki dil arasında karşılaştırmalı dil analizi yöntemiyle öğrenmede kalıcılığın sağlandığını, öğretmenlerinin Almanca dilbilgisi kurallarını ve diğer becerileri kendilerine gösterdiklerinde İngilizce ile benzerlikler kurarsa kendilerine çok fayda sağladığını, iki dil arasındaki ilişkinin açığa çıktığını ve daha rahat öğrendiklerini belirtmişlerdir. İkinci yabancı dil Almanca öğretmeni karşılaştırmalı dil öğretim yöntemini kullanarak derslerini renklendirebilir ve öğrencilerin zihinlerinde kolay kavramayı gerçekleştirebilir. Elbette bunun için eğitimcilerin birinci yabancı dil İngilizceyi çok iyi bilen bireyler olması önerilmektedir. 4. Araştırmada İngilizce ve Almanca arasında hangi dilbilgisi konularının benzediğine dair bir soru sorulmuş ve öğrencilerin ilk sırada bazı fiilleri ve tarz fiilleri (modalverben), ikinci sırada iki dil arasındaki cümle yapısını ve üçüncü sırada ise bazı zamanları birbirine benzettiklerini ve özellikle bu dilbilgisi konularını, benzetme yöntemiyle daha iyi algıladıklarını belirtmişlerdir. Araştırmadaki bu bulgular çerçevesinde ikinci yabancı dil Almanca öğretmenleri öğretim programları ve stratejileri dahilinde çıkan bu sonucu değerlendirebilir ve derslerde kullanabilirler. 5. Öğrencilerin orta öğretim dönemlerinde gördükleri ikinci yabancı dil Almanca dersleri ve üniversitedeki derslerin kıyaslanması istendiğinde ilk sırada dilbilgisinin kullanımına önem verilmesinin, ikinci sırada dilbilgisi- dinleme, üçüncü sırada ise dilbilgisi- dinleme- yazma becerilerinin öğretilmesine ağırlık verildiğini belirtmişlerdir. İkinci yabancı dil Almancanın kazandırılmasında ister orta öğretim ister üniversite seviyesi olsun öğretmenin asıl amacının dört temel dil becerisini bütünüyle öğretmesi ve kullanımının etkin hale getirilmesinin göz ardı edilmemesi gerektiği önerilir. 11. Öğrencilerin kendi öğrenme stratejileri sorulduğunda; yazarak çalışma, sınıfta ders esnasında verilen örnekleri tekrar etme, tanımlıkları (Artikel) belli bir melodiyle, kodlamayla ezberleyip zevkli hale getirme, sözcükleri Temalaştırma, gruplama, özet çıkarma, kendi cümlelerini kurup örnek cümleler yazma, bir diyalogu kendi kendine konuşarak anlatma, canlandırma yapma, günlük yaşama uyarlamayla hafızada tutma, not çıkarma, sessiz bir ortam, masa başında oturma ve sözcükleri ve /veya kuralları küçük kağıtlara yazıp duvara kolay görülecek bir yere asma, cümleyi belli kalıplarla, kalıp içinde öğrenip hafızada tutma, arkadaşlarla grup çalışmasında içinde pratik yapma, kendine özgü özel bir program oluşturma, kendi sözlüğünü yapma, sıfatları zıt anlamlarıyla birlikte ezberlemek, sesli okuma, resimler yardımıyla hafızada tutma, tanımlıklarda (Artikellerde) kendisine artikeli hatırlatacak sözcüğün özellikleriyle ezberleme, çeviri yöntemiyle, birinci yabancı dilimle ortak yönlerini bulup ilişkilendirerek, karşılaştırarak

	öğrenme, sözcüğün baş harfleriyle yeni sözcükler oluşturarak daha çok sözcük öğrenme, sözcüklerden tekerleme yapma ve sözcüğü eş anlamıyla öğrenme gibi stratejiler kullandıklarını öğrenciler özellikle belirtmişlerdir. Bununla birlikte öğrencilere öğrenme stratejileri hakkında daha fazla bilgi verilmeli, açıklama yapılmalı, öğretmenlerin öğrencilere model olması sağlanmalı, ders içinde uygulamalar yapılmalı bu konuda öğrencilere eğitim verilmeli ve mümkünse öğretimin içeriği tekrar gözden geçirilmelidir. 18. İkinci yabancı dil Almanca öğretmenleri, öğrencilerine Almanca, İngilizce ve Türkçenin karşılaştırıldığı, bu üç dilin kurallarının ayrı ayrı belli tablo ve gruplandırılmalarla açık seçik bir şekilde gözler önüne serilen, öğrencilerin farklılık ve benzerliklerini kolaylıkla seçebilecekleri dilbilgisi kitaplarını almalarını tavsiye etmeleri önerilmektedir. 20. Yeni bir Almanca cümleyi hatırlamak istediklerinde öğrencilerin bazen aynı sözcüğün İngilizcesiyle bağlantı kurabildikleri göz önünde bulundurulmalı ve doğru transferlerin gerçekleştirilmesi için sınıf içi uygulamalar ve öğretmen rehberliğinde bu konuda alıştırmalar yapılmalıdır. 22. Konuşmayı öğrenirken, öğrencilerin ikinci yabancı dillerinde de kendilerini ifade edebilmeleri için konular dahilinde ikili, üçlü diyaloglar uydurmasına, bunları yazabilmesine ve en önemlisi drama yöntemiyle ifade edebilmesine olanak tanınmalı, öğretmenin sınıf içi etkinliklerini konuşmayı geliştirme amaçlı düzenlemesi ve öğrencileri diyalog yazmaya ve canlandırmaya özendirmesi öğrencileri aktif kullanıcı hale getirmesi ve zihinlerinde kendi kendilerine sık tekrarlar ve pratik yaptırmaya teşvik etmesi önerilmektedir. 23. Öğrencilerin okuma anlama becerisini geliştirirken çeviri yönteminden belki öğretimin ilk aşamalarında kullanılması ancak daha sonra bunun bırakılarak metni dikkatlice okuma, paragraflardaki ana hatları anlayabilme ve cümleyi anlamına göre tahmin etme becerisine önem verilmesi sağlanmalı, her seviyeye uygun okuma kitaplarının okunması özendirilmeli ve bilinmeyen sözcüklerde bağlamdan anlam çıkarılmasına özen gösterilmelidir. 24. Öğrencilerin belli bir konu hakkında konuşurken akıllarına gelmeyen durumlarda belli bir konu hakkında konuşabilmek veya uygun bir zamanda konuşabilmek için aynı anlama gelebilecek ifadeler kullanmalarını sağlamak için telafi stratejileri öğretilmeli, kullanılması sağlanmalı, ders içi uygulamalar yapılmalıdır. 25. Öğrencilerin konuşurken, bir sözcüğün akla gelmemesi durumunda jest ve mimiklerden (vücut dilinden) yararlanılması özendirilmeli ve böylece anlatmaya devam etme becerisi edindirilmelidir.
12	Öncelikle ikinci yabancı dil öğretiminde geleneksel dil öğretim yöntemlerinden uzaklaşılmalıdır. Diller arası karşılaştırmayı esas alan bir yabancı dil öğretimi gerçekleştirilmelidir. • Diller arası karşılaştırmayı esas alan bir yabancı dil öğretiminin gerçekleştirilebilmesi için, ikinci yabancı dil öğretimini sağlayacak olan dil öğreticileri, her şeyden önce İngilizce temel bilgilerini daha iyi hale getirmelidir. • Dil öğreticileri, öğretim sürecinde öğrencilerin sahip oldukları birinci yabancı dil İngilizce bilgilerini göz önünde tutmalıdır. Almanca öğretimi, öğrencilerin birinci yabancı dil bilgilerinin üzerine yapılandırılarak, öğretim ezberden uzak, daha anlamlı hale getirilmelidir. • Öğretimi gerçekleştirecek olan dil öğreticilerinin öğrenme stratejileri konusunda yeterli bilgiye ve deneyime sahip olmaları gerekmektedir. Bu bağlamda, uzman olan kişilerce, öğretmenlere öğrenme ve öğretme stratejileri konusunda hizmetiçi kurslar düzenlenmelidir. • Öğrenciler dil öğrenim stratejileri hakkında bilgilendirilmeli ve öğrenimlerinde hedefledikleri başarılara ulaşmaları için, dil öğrenim stratejilerinden yararlanmaları konusunda teşvik edilmelidir. • Öğrencilere, ikinci yabancı dil öğrenimlerinin hangi seviyede olduğunu sınayabilecekleri fırsatlar tanınmalıdır: Ders sonrasında da öğrenciler İngilizce ve Almanca karşılaştırmalı metinler, dergiler, kitaplar okumaları konusunda yönlendirilmeli, böylece öğrencilerin üstbilişsel stratejiler yardımı ile bilişsel süreçlerini kontrol edebilme ve yönlendirebilme stratejilerini kullanmaları sağlanmalıdır. • İngilizceden sonra öğretilecek olan Almanca dersine yönelik öğrenme öğretme stratejileri, ders olarak programa yerleştirilmelidir. Çünkü yetiştirdiğimiz Almanca öğretmeni adayları, öğretmenlik yapacakları okulda öğrencilerine, İngilizceden sonra Almanca ya da İngilizce ile birlikte Almanca dersleri okutacaklardır. Bu şekilde işlenecek olan Almanca derslerinin kendine özgü koşulları, zorlukları ve kısmen de kolaylıkları olacaktır. Dolayısıyla öğretmen adaylarına İngilizceden sonra Almanca öğretiminin farklı özelliklerini göz önüne alan bir dersin verilmesi önemli bir gereksinim olarak ortaya çıkmaktadır. • İngilizceden sonra Almanca öğreniminde kullanılan yöntem ve stratejilerin farklılık göstermesinden dolayı, mevcut yabancı dil öğrenme stratejileri ölçeklerinin dışına çıkılmalıdır. Birinci yabancı dilden sonra, diğer yabancı dillerin öğreniminde kullanılan stratejileri ölçen yeni ölçekler geliştirilmeli ve bu alandaki eksiklik giderilmelidir.
13	Die in dieser Studie durchgeführten Analysen werfen auch zahlreiche weiter Fragen auf, die möglicherweise in zukünftigen Arbeiten beantwortet werden können. Dazu gehören z.B. Welche Schlüsse kann man aus der CS- Forschung für die kontrastive Linguistik ziehen ? Inwieweit bietet CS eine Möglichkeit zur Beobachtung der sprachlichen und kognitiven Fähigkeiten des Menschen?
14	1. Dil öğretim metotlarının, DAORÇ A1 dil basamağındaki kazanımların edinimindeki etkilikleri araştırılabilir. 2. Yabancı dil öğretmenlerinin ADP uygun etkinlikler yapabilme becerilerinin etkiliği incelenebilir. 3. İkinci yabancı dil öğrenen öğrencilerin edindikleri öğrenme stratejilerinin ADP'na dayalı dil öğretim yaklaşımına etkisi çalışılabilir. 4. Çoklu zeka kuramına uygun etkinliklerin Avrupa Dil Ölçeğinin herhangi basamağında dil öğrenen öğrencilerin başarısına etkisi araştırılabilir. 5. ADP'nun A2, B1, B2, C1, C2 dil basamaklarına yönelik araştırmalar yapılabilir. 6. Öğrenme stratejileri öğretimi ile özerk dil öğrenme arasındaki ilişki irdelenebilir. 7. Toplumda egemen olan kültürel ve psikolojik anlayışın özerk öğrenme üzerindeki etkisi incelenebilir.
15	Öğrencilerin kendi örtük bilgilerini geliştirmeleri için, erek dilin anadili konuşucuları (native speaker) ile iletişim kurmaları ve öğrencilerin iletişimde sorumluluk üstlendiği iletişimsel ödevlerde (hikâye veya roman yazma, tiyatrolarda rol oynama ve benzeri aktiviteler) yer almaları sağlanmalıdır. II. Öğrencilere, dil bilgisel konuları edinme sıralarını ve aşamalarını dikkate alan, bilişsel ve örtük bilgileri geliştirmeye yönelik bir öğretim modeli uygulanmalıdır. III. Öğrenciler, dilsel üretimde bulunurken ürettikleri dilsel ifadelerin bir anlamı taşıması gerektiği bilincine sahip olmaları gerekir, kaldı ki öğretimde şekilcilikten çok anlam vurgulanmalıdır. Öğretimde uygulanan yöntemlerin, öğrencilere verilen girdinin girişe dönüşebilmesi için kolay anlaşılır, anlamlı ve öğrencinin dikkatini çeken mesajlardan meydana gelmesi gerektiğine fırsat veren yöntem olmasına özen gösterilmelidir. Ayrıca öğrencilerin daha fazla girdiye maruz kalmalarına fırsat sağlanması için düzeltici geri bildirim türlerinden biri olan yeniden biçimlendirme şekline öncelik verilmelidir. IV. İletişim, yabancı dil öğrenim sürecini hızlandıran en önemli faktörlerden birisi olduğundan, öğretimi gerçekleştiren kurumlarda iletişimci yaklaşımı destekleyen araç-gereç ve ortamların (çağdaş yazılı kaynak, görsel ve işitsel dil laboratuarları) sağlanması gereklidir. V. Öğretim, öğrencilerin iletişim bağlamında gramer şekillerine odaklanma imkânları sağlamalıdır. İletişimsel dil öğrenimi etkileyen gramer yaklaşımları şunlardır: Girdi işlemine dayalı dilbilgisi öğretimi, metni geliştirme ve gramer konusunda bilinç yükseltme. VI. Öğretim için hazırlanan plân ve programlarda iletişimci yaklaşımı esas alan etkinliklere daha çok yer verilmelidir. Ayrıca öğrencilerin kendi aralarında iletişim kurmaları için fırsatlar yaratılmalı ve şekilcilikten çok anlamın daha önemli olduğu vurgulanmalıdır. VII. Öğrenme malzemesi, öğrenenin hayatında geçerli olan ve ihtiyaçlarını karşılayabilen içerikte sunulmalıdır. Öğrenme konuları da bireyi öğrenme için istekli kılacak ve harekete geçirecek şekilde sunulmalıdır. Öğretim, öğrencilerin özel öğrenme becerilerine göre uyarlandığında öğrenimin/edinimin daha başarılı olacağı bilinmelidir.
16	L2 dersi veren öğretim elemanları dil öğretim konusunda yetersiz kalmaktadır. Söz konusu yeterliliği sağlamak için üniversitelerde öğretmen eğitimine ağırlık verilmesi gerektiği düşünülmektedir. 2. Yabancı dil derslerinin öğrencinin beklentilerini karşılayabilmesi için "Öğrenci Merkezli" işlenmelidir. 3. Eğitim sisteminin gün ve gün değişmesi sonucu öğrencilerin algılama ve öğrenme biçimleri de değişmektedir. Özellikle yabancı dil derslerinde motivasyon, katılım ve üretkenliğinin artırılması için kullanılan kaynakların öğrencilerin psikolojik (öğrenememe korkusu, başarısız olurum endişesi gibi) ve sosyal konumlarına (aile, kimlik gibi) bağlı algılama ve öğrenme düzeylerine uygun güncel konular, somut alıştırmalar ve öğrenme yaklaşımları içermesi gerektiği düşünülmektedir. 4. Yabancı dil dersinde sözlük ve kuralsız eylem listesi çalışma etkinliğine ağırlık verilmelidir. 5. İkinci dil öğreniminde / öğretiminde karşılaşılan en önemli sorunlardan birisi de anadil Türkçe ile ikinci dil Almanca arasındaki yapısal farklılıklardır. Konu anlatımı yabancı dili öğrenen kişilerin L1"e göre oluşturulması gerektiği düşünülmektedir Almanca"da sıfat, tanımlık, adıllar ve "an, in, auf, über, unter, vor, neben, zwischen, hinter" gibi ismin hem -i hali hem de -e hali ile kullanılabilen edatların çekimlerinin belirlenmesinde eylem önemlidir. Çünkü eylemlerin, Türkçe'de olduğu gibi, hem anlamsal yönü ile hem de adın hangi hali ile

	birlikte kullanılacağının bilinmesi önemlidir. Bu durumda ilk konu anlatımı ad ile başladığında öğrenci eylemlerin şahıslara göre çekimlerini ve hal yönünü algılamakta sıkıntı çekeceği kaçınılmazdır. Bu nedenle L2 Almanca derslerinde kullanılacak malzemelerin yapısal farklılıklarının karşıtsal çözümlenmesinin yapılarak hazırlanması gerektiği düşünülmektedir. 6. Üniversitelerde yabancı dil hazırlık koşulu aranmayan ön lisans ya da lisans bölümlerinde okuyan öğrenciler, kayıt oldukları ilk yıllarında yabancı dil derslerini aldıktan ve muaf olduktan sonra bir daha yabancı dil görmemekteler. Bu da öğrenilen bilgilerin mezun olma durumuna gelene kadar geçen süre içerisinde unutulmasına sebep olduğu sonucunu doğurmaktadır. Bu durumun giderilebilmesi için aynı hazırlık koşulu olan ön lisans ya da lisans öğrencilerinde olduğu gibi diğer örencilere de "İleri Yabancı Dil", "Mesleki Yabancı Dil" veya "Mesleki Çeviri" dersleri gibi "Bölüm Dışı Seçmeli" gibi derslerin verilmesi katkı sağlayacaktır.
17	Öğretmenler konuşma becerisinin kazandırılmasında kendileri öğrencilerin rolüne girmek suretiyle, onların bilişsel ve duygusal alanda neler düşünüp hissettiğini anlamak ve bu hislerini öğrencisine yönlendirmekle kendini sorumlu hissetmelidir. Öğrenci dil bilgisi adı altında gördüğü bütün kuralları, o derste kullanmaya (konuşarak) teşvik edilmelidir. Öğretmeye ayrılan süre ile öğretilenin pratiğe dökülmesine ayrılan süre eşit olmalıdır. Bunu yaparken öğrenciye verilen kendini ifade etme fırsatı, mutlaka olumlu bir güdülenmeyle desteklenmelidir. Öğretmen öğrencisini sadece yanıtlamak için değil, aynı zamanda onu anlamak için de dinlemeli ve onu anladığını ifade etmelidir. Anadili öğretimi-öğrenimi başta olmak üzere, genelde eğitim-öğretim sorunları, özelde de yabancı dil öğretimi-öğrenimi sorunu, her düzeyde, iletişimsel bir bütünlük içerisinde ele alınmalı, zaman-enerji-çaba-verim bağlamında değerlendirilmeli, her düzeyde eleştiri ve özeleştiri düzenekleri çalıştırılmalı, yeni bir yapılanma ve örgütlenmeyle, çağın ve toplumun gereksinimleri doğrultusunda süreç yeniden biçimlendirilmelidir. Herhangi bir yabancı dil öğretimi-öğrenimi izlencesine başlamadan, amaçları belirlemeden önce; öğrencilerin bireysel özellikleri; yaşları, eğitimsel, çevresel, kültürel, toplumsal ve ruhsal gerçeklikleri; varmak istedikleri kısa, orta ve uzun vadeli hedefleri; güdüleri, gereksinimleri ve beklentileri; anadili-yabancı dil ilişkileri, anadili öğrenme yaklaşımı, yöntem ve teknikleri; daha da önemlisi, önerilen yabancı dili öğrenmek isteyip istemedikleri, neyi niçin öğrenmek istedikleri bilinmeli, ona göre yöntem ve yaklaşımlarına, kullanılacak tekniklere ve izlenecek yollara karar verilmeli, eldeki veriler ışığında öğretim ve öğrenimin örgütlenişi, zaman kullanımı, sorumlulukların paylaşımı, geliştirilmek istenen edimler ve dil becerilerine uygun eğitbilimsel araç ve gereçlerin seçimi, karşılaşılan güçlüklerin aşılmasında başvurulabilecek kaynaklar, ortam ve olanaklar, denetleme, ölçme ve değerlendirme araçları belirlenmelidir. Bunun için de, bunu yapabilecek nitelikte iş görenlerin yetiştirilmesi ve örgütlenmesi sağlanmalıdır. Özellikle anadili öğretimi, dilsel ve dilbilgisel betimlemeler ve ezber bilgiler yerine, dilsel ve toplumsal dil kullanım becerilerini (duyduğunu anlama, okuduğunu anlama, sözlü iletişim kurma, yazılı iletişim kurma) önceleyen bir yaklaşımla ele alınıp, yabancı dil öğrenme sürecinde bu yaklaşım ve tekniklerden yararlanılabilir. Ayrıca, ülkemizde daha önce de uygulandığı gibi, yabancı dil bölümlerine alınacak öğrenciler; resim, müzik, beden eğitimi bölümlerine öğrenci alımına benzer bir yöntemle, ikinci bir sınavdan geçirilmeli, öğrencilerin başta anadili kullanım becerileri olmak üzere, kulak ve bellek yetenekleri ölçülebilmeli, daha da önemlisi, o bölüme raslantısal değil de, gerçekten isteyerek gelip gelmedikleri saptanmalı, sürecin işleyişine yeni bir etkinlik ve anlamlılık kazandırılmalıdır. Konuşma becerisinin dil becerilerinin hepsi ile bir bütün oluşturduğu düşünüldüğünde, farklı disiplinlerle de analiz edilmesi daha yararlı olacaktır. Konuşma becerisinin yanında yazma, okuma ve dinleme gibi farklı beceriler ve bu becerilerdeki bariyerler üzerine araştırmalar yapılabilir.
18	Man soll von einer konstruktivistischen Didaktik ausgehen, die auf bereits gelernte Sprachen, die interlingualen Interaktionen, besonders wenn eine genetische Verwandschaft zwischen diesen entsprechenden Sprachen besteht, auf einen bewussten Einsatz aller Lernerfahrungen und –strategien Rücksicht nehmen, denn das Wissen ist nicht eine "einfache Kopie der externen Welt, sondern eine subjektive Konstruktion von Menschen" (Serindağ, 2003, S.58). Je vielfältiger und reicher diese Anregungen sind, desto komplexere Strukturen können sich bilden. Dieser Prozess ist im Wesentlichen mit dem Beginn der Pubertät abgeschlossen und danach steht dem Lernenden weitgehend nur das bis dahin gebildete Netz zur Verfügung. Also ist es von enormer Relevanz dieses Netz aus Nervenverbindungen soweit wie möglich zu entwickeln, da außerdem die Tatsache besteht, dass die Gehirnplastizität etwas flexibles ist und mit zunehmendem Alter ihre Flexibilität verliert und dazu führt eine Sprache mit größerem Formenreichtum wie bspw. Deutsch schwieriger zu bewältigen, als bei früherem Beginn. Deshalb gilt es für Notwendig, neben Englisch auch Deutsch als erste Fremdsprache einzuführen. In diesem Zusammenhang sollte die Aufmerksamkeit auf die pateipolitisch unabhängigen Rahmenbedingungen des Fremdsprachenunterrichts im türkischen Schulwesen gerichtet werden. Denn wir haben nicht den Luxus, die Gelegenheit zu verpassen, zwei der wichtigsten Fremdsprachen mit relativ wenig Aufwand und Schwierigkeiten zu lernen.
19	Es empfiehlt sich, sich zunächst in einer Fremdsprache zu spezialisieren, d.h., die sprachlichen sowie kulturellen Elemente dieser Sprache einwandfrei zu beherrschen. Versucht man, sich gleichzeitig in zwei Sprachen zu spezialisieren, so können ungenügende Sprach- und Kulturkenntnisse in beiden Sprachen zum Vorschein kommen.

Tabloda yer alan öneriler incelendiğinde birtakım ortak sonuçlarla karşılaşılmaktadır. Bunlardan en önemlisi 'ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenimi/öğretimi'nde İngilizcenin önemli bir konuma sahip olmasıdır. Bununla beraber, yabancı dil derisinin öğrenci merkezli olması, öğrencilerin İngilizce önbilgi ve dilbilgilerini kullanabilmesi için öğretmenleri tarafından bilinçlendirilmesi, her iki dile ait benzer ve farklı noktaların öğrencilere ve öğretmenlere hissettirilmesi, öğrenme stratejilerinin hayata geçirilmesi, ders içerisinde çeşitli etkinliklere yer verilmesi didaktik anlamda göze çarpan öneriler olarak sıralanabilmektedir. Tüm bunların oluşturulabilmesi için gerekli alt yapının sağlanması, Almancanın erken yaşta okutulması ve buna paralel olarak müfredatın 'ikinci yabancı dil öğrenimi/ öğretimi'nde göz önünde bulundurarak tasarlanması şeklinde sunulan öneriler ise ülkemizdeki 'yabancı dil politikalarına' yönelik yapılan öneriler olarak sınıflandırılabilmektedir. İncelenen öneriler göz önünde bulundurulduğunda ülkemizde 'ikinci yabancı dil öğrenimi/öğretimi'nde öngörülen ilkeler doğrultusunda bir öğretim veya öğrenimin tam anlamıyla gerçekleşmediği sonucunu ortaya çıkmaktadır. Bu sonuca yol açan faktörleri ise öğrencilerin İngilizce dil bilgisinin yetersizliği, öğrencilerin Almancayla geç yaşta karşılaşması, ikinci yabancı dil öğreten öğretmenlerin ve akedemisyenlerin hepsinin bu yaklaşımın öngördüğü ilkeler doğrultusunda ders yapma becerisini istenilen düzeyde geliştirmemiş olması şeklinde sıralanabilir.

SONUÇ

Sonuç olarak 2000-2018 yılları arasındaki süreçte Türkiye'de gerçekleştirilen lisansüstü çalışmaların içinde ve tez başlıklarında kullanılmış olan *'Deutsch als zweite Fremdsprache nach Englisch'*, *'L3'*, *'Tertiärsprachendidaktik'* ve *'3. Dil Öğretimi veya Öğrenimi'* gibi kavramların her zaman yurtdışında yapılan çalışmalarda (Bkz. Hufeisen ve

Neuner, 2003; Wokusch, 2008) sözü edilen kavramlar ile birebir aynı anlamda kullanılmadığı, bazı tezlerin **Diller** *için* **Avrupa** *Ortak Öneriler Çerçevesinde* (CEFR) tanımlanan *'Çokdillilik'* kavramından çok daha başka konular içerdikleri ortaya çıkmıştır. Veriler ayrıca tezlerin yazım ilkelerinde önemli farklılıkların olduğunu göstermiştir. Tespit edilen diğer bir husus ise incelenen tezlerin çoğunluğunda hangi araştırma yönteminin kullanılmış olduğunun açık bir biçimde belirtilmemiş olmasıdır. Bununla beraber Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Veri Tabanında yer alan tez dizin bölümüne girilen konu alanlarına ilişkin anahtar sözcükler ile çalışmalarda incelenen konuların birebir örtüşmediği görülmüştür. Bu araştırma neticesinde elde edilen diğer bir sonuç *ise 'İkinci Yabancı Dil Olarak Almanca Öğretimi/Öğrenimi'*nin nasıl olması gerektiğine ilişkin lisansüstü çalışmalarının sayılarının oldukça sınırlı olmasıdır. Bu konuda yapılan çalışmalarda daha çok 'Öğrenme Stratejileri', 'Dil Politikaları' ve 'Karşılaştırmalı Dil Çalışmaları' üzerinde durulmuştur.

Bu araştırma ile çalışmanın çıkış noktasını oluşturan alt sorulara cevaplar elde edilmiştir. Şöyle ki;

1. 2000-2018 yılları arası yayımlanan ikinci yabancı dil olarak Almanca öğretimi/öğrenimi konulu tezlerin çoğunluğunu yükseklisans tezleri oluşturmaktadır. Belirlenen anahtar kelimelerin Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Veri Tabanında yer alan tez dizin bölümüne girilmesi suretiyle 12 adet Yüksek Lisans ve 7 adet Doktora tezine ulaşılmıştır (Bkz. Tablo 1).
2. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Veri Tabanında yer alan tez dizin bölümüne göre en çok araştırılan konu alanı 'Eğitim' (16 adet Tez) ve en az ise 'Çeviri' dir (2 adet Tez) (Bkz. Tablo 2).
3. İncelenen tezlerin çok azında 'Problem Cümlesi'ne yer verilmiştir (Bkz. Tablo 3, Kod 8, 14, 16, 17, 18)
4. İncelenen tezlerin amaçları daha çok 'dilbilim' alanına yönelik araştırma yapmaktır (Bkz. Tablo 4, 5, Kod, 4, 6, 10, 13, 15 ve 17).
5. İncelenen tezlerde en çok kullanılan araştırma yöntemi 'tarama yöntemi'dir (Bkz. Tablo 6, Kod 2, 11, 12).
6. İncelenen tezlerin Problem/alt/amaç cümleleri daha çok amaç cümlelerine yöneliktir (Bkz. Tablo 7. Kod 11, 12, 15, 19) ve konu olarak 'öğrenme stratejileri'ne işaret etmektedir.
7. İncelenen tezlerin çok azında hipotezlere yer verilmiştir (Bkz. Tablo 8. Kod 10 ve 18). Çalışmalarda yer alan hipotezlerin geçerliliği elde edilen sonuçlarla doğrulanmıştır.
8. İncelenen tezlerde elde edilen ortak sonuç 'hedef grupların Almanca öğreniminde bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde İngilizceye başvurmalarıdır'. Konu alanı olarak elde edilen ortak sonuçlar 'öğrenme stratejileri' başlığı altında toplanmaktadır (Bkz. Tablo 9).
9. İncelenen tezlerde elde edilen ortak öneriler; yabancı dil derisinin öğrenci merkezli olması, öğrencilerin İngilizce önbilgi ve dilbilgilerini kullanabilmesi için öğretmenleri tarafından bilinçlendirilmesi, her iki dile ait benzer ve farklı noktaların öğrencilere ve öğretmenlere hissettirilmesi, öğrenme stratejilerinin hayata geçirilmesi, ders içerisinde çeşitli etkinliklere yer verilmesi şeklinde sıralanmaktadır (Bkz. Tablo 10).

Yukarıda tespit edilen sonuçların yanı sıra çalışmada farklı problemler de tespit edilmiştir. Örneğin tezler YÖK veri tabanında yer alan dizin bölümüne çoğunlukla 'Eğitim' ve 'Edebiyat' olarak girilmiştir (Bkz. Tablo. 2). Tablo 2'de yer alan veriler incelendiğinde 9 adet çalışmanın 'Edebiyat' dizininde görüldüğü tespit edilmiştir (Bkz. Tablo 2). Tezlerin amaçları konu başlıklarına göre sınıflandırıldığında ise 'Edebiyat' bölmesinde sadece 1 amaç cümlesinin yer aldığı sonucu ortaya çıkmaktadır (Bkz. Tablo. 5). Buradan hareketle Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Veri Tabanında yer alan tez dizin bölümüne girilen bilgilerin tezlerin amaçlarının konu başlıkları ile örtüşmediği görülmektedir. Bu ise alana yönelik yapılan çalışmaların kendi aralarında sınıflandırılması noktasında problem oluşturmaktadır.

Çalışmada elde edilen diğer bir sonuç ise incelenen tezlerin metot bölümlerindeki eksikliklerdir. Erişime açık olan tezlerin yarısında (Darancık (2008), Demiryay (2009), Akıllılar (2010), Günak (2010), Ege (2011), Genç (2011), Atlı (2012) ve Ağar (2014)) araştırma yöntemine açık bir biçimde değinilirken, diğer çalışmalarada araştırma yöntemi belirsizdir.

Erişime açık olan tezlerde sadece Seizik (2015) ve Sertdemir (2017)' in tezlerinde amaç sorularına ilişkin soru bölümüne yer verilmiştir (bkz. Kod. 18, Kod. 19). Soru cümleleri incelendiğinde en çok 'öğrenme stratejeleri'ne yönelik soruların yöneltildiği sonucuna ulaşılmaktadır. İncelenen çalışmaların sadece ikisinde (Demiryay, 2009 ve Seizik, 2015) hipotez cümleleri olduğu tespit edilmiştir. Tespit edilen hipotezler verilerle doğrulanmıştır.

Tezlerin amaçlarına yönelik yapılan içerik analizinde ençok 'dilbilim' alanı karşımıza çıkmaktadır (Bkz. Tablo 4, Kod 4, 6, 10, 13, 15 ve 17). Tezlerin sonuç bölümleri incelendiğinde ise farklı başlıklar ve alanlara sahip olan tezlerden bazılarının aynı sonuçlara değindiği tespit edilmiştir(Bkz. Tablo 9, Kod, 5, 6, 11, 12 ve 16). Buradan benzer sonuçlar taşıyan tezlerin genel anlamda 'Öğrenme Stratejileri' ve 'Dil Poltikaları' konularına odaklandığı gözlenmiştir. Özellikle 'İkinci yabanci olarak Almanca öğretimi/öğrenimi' başlığına yakın bazı çalışmalar ile (AOÖÇ) belirlemiş olduğu ilkeler arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir. Darancık, (2008) ve Ağar'ın (2014) çalışmalarının başlıklarının 'ikinci yabancı dil olarak almanca öğretimi/öğrenimi' başlığına oldukça yakın olduğu görülmektedir (bkz. Tablo. 1). Çalışmalarda kullanılan ölçekler göz önünde bulundurulduğunda her iki çalışmadada 'L1 ve L2' ile ilişkili anket sorularının yer almadığı gözlemlenmektedir. Bu ise (AOÖÇ)'nin 'ikinci yabancı dil olarak Almanca öğretimi/öğrenimi görüşü' ile tezlerin başlığındaki ifadelerin birbiriyle tam anlamıyla örtüşmediği sonucu ortaya çıkarabilmektedir.

Öneriler bölümü incelendiğinde ise ülkemizdeki yabancı dil politasının Avrupa dil politakasının belirlemiş olduğu kriterlere göre henüz tam olarak birebir uyarlanmış olmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Buradaki en önemli eksikliğin ise müfredat, öğretmen niteliği ve okulların fiziki yapılarından kaynaklandığı söylenebilir. Tüm bu faktörler göz önünde bulundurulduğunda, ikinci yabancı dil öğrenim/ öğretim sürecinin tam anlamıyla '**Avrupa** *Ortak Öneriler Çerçevesi*' (AÖOÇ) öngördüğü düzeyde gerçekleşmesinin oldukça zor olduğu sonucuna ulaşılabilir.

Çalışmada tespit edilen başka bir sonuç ise 'ikinci yabancı dil öğrenimi/öğretimi'ne ilişkin çalışmaların kısır bir döngüde çalışılmış olmasıdır. Çalışılan konuların çoğunluğunu 'strateji ya da transfer, dil poltikası' gibi konular oluşturmaktadır. Örneğin doğrudan 'ülke bilgisi', 'medya, elektronik öğrenme', 'üçüncü bir yabancı dil öğrenimi', 'materyal hazırlama' gibi konulara yönelik henüz bir lisansüstü çalışmanın yapılmadığı gözlemlenmiştir. Tezlere yönelik içerik analizinde 'ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenimi ve öğretimi'ne yönelik yapılan lisansüstü çalışmaların çoğunda içerik ve biçim birbiriyle uyuşmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Avrupa Komisyonunun 'ikinci yabancı dil öğretimi ve öğrenimi'ne yönelik görüşünün tam anlamıyla gerçekleşebilmesi için çalışılacak olan konuların çeşitlendirilmesi gerekmektedir. Bu alana yönelik yapılacak bilimsel çalışmaların ise daha net olması, içerik olarak bir bütün oluşturması gerekmektedir. Çalışmalar birbiriyle ilintili olmalı ve birbirini takip eden araştırmalar yapılmalıdır. Çalışmalarda yapılan önerilerin çeşitlendirilmesi ve günümüz koşullarında uygulanabilir olması gerekmektedir. Ayrıca yapılan akademik çalışmaların gerekli kurumlar tarafından takip edilmesi, gerekli görüldüğü takdirde müfredatın araştırmalardan elde edilecek olan veriler doğrultusunda düzenlemesi gerekmektedir.

Bundan sonra yapılacak olan araştırmalarda Alman Dili Eğitimi alanında 'ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenimi/öğretimi' ile ilgili ne tür makaleler, bildiriler, kitapların ve kitaplarda bölüm yazıldığının araştırılması ve bunların da aynı bu çalışma kapsamında yapılmış olduğu gibi içerik analizlerinin yapılması ve değerlendirilmesidir. Bunun yanı sıra Avrupa/Balkan ülkelerinde 'ikinci yabancı dil olarak Almanca öğrenimi/öğretimi'nin nasıl gerçekleştirildiği incelenmelidir. Bu konu ile ilgili araştırmalar var ise hangi çalışmaların yapıldığı, yapılan çalışmaların ülkemizdeki çalışmalarla benzer ve farklı yönlerinin neler olduğu araştırılabilir.

KAYNAKÇA

Ağar, A. N. (2014). İkinci Dil Olarak Almanca Öğreniminde Konuşma Becerisine Etki Eden Duygu Alanı Odaklı Psikodilbilimsel Sorunlar. Selçuk Üniversitesi: Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Akkıllılar, T. (2010). Almanca Öğretmenliği Bölümü Öğrencilerinin Almanca Öğrenimleri Sırasında Kullandıkları Dil Öğrenme Stratejilerinin İncelenmesi. Dicle Üniversitesi Örneği. Dicle Üniversitesi: Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Aktaş, M. C. (2015). Nitel Veri Toplama Araçları. M. Metin (Edt), Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri (s. 363-368). Ankara: Pegem Akademi.

Arak, H. (2016). İngilizceden Sonra İkinci Yabancı Dil Olarak Almanca. The Journal of Academic Social Science Studies, 15-25.

Atlı, M. H. (2012). Dilbilgisel Yapılar Işığı Altında Türkofonlarda Almanca Edinimi. Sakarya Üniversitesi: Yayımlanmamış Yükseklisans Tezi.

Balcı, U. (2016). Anadolu Liselerinde İkinci Yabancı Dil Olarak Almanca Eğitimi: Batman İli Örneği. Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi (29), 346-355.

Bimmel, P., & Rampillon, U. (2000). Lernerautonomie und Lernstrategien. München: Langenscheidt.

Başaran, B. (2002). Lehrbuchanalyse 'Hallo, Freunde!-6" im Bereich Deutsch als zweite Fremdsprache an den türkischen Primarschulen (am Beispiel der Lehrenden und des Curriculums). Anadolu Üniversitesi: Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Cangil, B. E. (2004). Küreselleşme Ve Avrupa Birliği Yabancı Dil Eğitim Politikaları Işığında 2000 li Yıllarda Türkiye'de Yabancı Dil Ve Yabancı Dil Öğretmeni Yetiştirme Politikalarına Bir Bakış. Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi, 273-282.

Cihan, N. (2001). Erken Yaşta Çok Dillilik Ve Yabancı Dil. İstanbul Üniversitesi: Yayımlanmamış Yükseklisans Tezi.

Council of Europe (2001). Common European Framework of Reference for Languages (CEFR): Learning, Teaching, Assessment, Modern Language Division. Strasbourg: Council Of Europe Publishing.

Darancık, Y. (2008). İkinci Yabancı Dil Öğretiminde Alternatif Yöntemlerin Almanca Edebi Metinlerle Uygulanması. Çukurova Üniversitesi: Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Demiryay, N. (2009). Die Kognitiven Prozesse Beim Leseverstehen Und Bei Der Textproduktion Von Türkischen Drittspracherwerbern Des Deutschen. Ege Üniversitesi: Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Ege, İ. (2011). İkinci Yabancı Dil (Almanca) Öğretiminde Avrupa Dil Portfolyosuna Dayalı Uygulamaların Etkililiğinin Değerlendirilmesi. Selçuk Üniversitesi: Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Genç, S. (2011). Sprachökonomie im Bilingualismus (Deutsch-Türkisch) und ihre Erscheinungen im Sprachgebrauch. İstanbul Üniversitesi: Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Günak, D. (2010). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesinde İkinci Yabancı Dil Olarak Almanca Öğrenen Öğrencilerin Motivasyonları Ve Öğrenme Stratejileri. Türkiye' de İkinci Yabancı Dil Almancanın Yöntem Ve Öğretim Alanına Bir Katkı. Çanakkale Üniversitesi: Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Hufeisen, B., & Neuner, G. (2003). Mehrsprachigkeitskonzept –Tertiärsprachenlernen – Deutsch nach Englisch. Strasbourg: Council of Europe Publishing.

Hufeisen, B., & Gerhard, N. (2000). Mehr als eine Fremdsprache effizient lernen: Tertiärsprachen lehren und lernen in Europa. Beispiel: Deutsch als Folgefremdsprache nach Englisch. Graz: Council Of Europe Publishing.

Kaptı, Ü. (2006). Deutsch Als Zweite Fremdsprache Nach Englisch. Eine Repräsentativuntersuchung über den Einfluss des bereits gelernten englischen Vokabulars auf den lexikalischen Gebrauch der deutschen Sprache. Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü: Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Karaman, F. (2017). Temel Eğitimde İkinci Yabancı Dil Olarak Almanca Öğretimi. Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi, 7 (2/1), 104-110.

Koçak, M., & Çobanoğulları, F. (2017). Dünyada İkinci Yabancı Dil Olarak Almanca Öğretiminde Danimarka Örneği. Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi, 1-12.

Köksal, H. (2008). Deutsch Als Zweite Fremdsprache Nach Englisch. Zum Einfluss Der Ersten Fremdsprache Zur Zweiten Fremdsprache. Hasan Ali Yücel Eğilim Fakültesi Dergisi (1), 69-88.

Maden, S. (2005). Anforderungen an ein Lehrwerk für Deutsch als Tertiärsprache in der Türkei. Zeitschrift für Interkulturellen Fremdsprachenunterricht [Online] , 10 (2), 13 pp.

Marım, E. (2013). İkinci Yabancı Dil Almancanın Öğretiminde Yabancı Dil Öğretim Kuramlarının Uygulanabilirliği. Ankara Üniversitesi: Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Neuner, G. (2009). Mehrsprachigkeitsdidaktik und Tertiärsprachenlernen Grundlagen - Dimensionen - Merkmale Zur Konzeption des Lehrwerks „deutsch.com“.

Oflaz, A. (2015). Geleneksel Ve Alternatif Yabancı Dil Öğretim Yöntemlerinde Almanca Kelime Öğretimi. Turkish Studies International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 695-712.

Seizik, A. (2015). Erste Fremdsprachenwahl In Der Fremdsprachendidaktik Im Primär- Und Sekundärbereich: Zu Wahlkriterien Aus Pädagogischer Und Struktureller Perspektive. Çukurova Üniversitesi: Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Sert, G., Kurtoğlu, M., Akıncı, A., & Seferoğlu, S. S. (2012). Öğretmenlerin Teknoloji Kullanma Durumlarını İnceleyen Araştırmalara Bir Bakış: Bir İçerik Analizi Çalışması. Akademik Bilişim'12 - XIV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, (s. 351-357). Uşak.

Sertdemir, B. A. (2017). Effizienz Und Optimierung Der Simultandolmetschdidaktik. Ege Üniversitesi: Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Yeşilli, S. (2004). İkinci Yabancı Dil Olarak Almanca Nasıl Uygulanmalı. Erzurum Üniversitesi: Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Wypusz, J. (2015). Konzept Deutsch als Fremdsprache nach Englisch (DaFnE) – Notwendigkeit oder Wunschvorstellung? Empirische Untersuchung in Grundschulen in Großpolen. Glottodidactica, 81-91.

Sağlık Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Müşteri Tatmini İlişkisi

Dr. Öğr. Üyesi Onur Çetin[1]

[1]Trakya Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü,onurcetin@trakya.edu.tr

Özet: Hizmet sektörünün önemi son yıllarda hızla artmaktadır. Sağlık sektörü ise, hizmet sektörü içinde son yıllarda en çok ilgi gören sektörlerden birisidir. İşletmeciliğe ait pek çok uygulama son yıllarda sağlık sektöründe de kullanılmaktadır. Bununla birlikte, gerek genel olarak tüm hizmet sektöründe, gerekse özel olarak sağlık sektöründe ölçümü zor konularda birisi hizmet kalitesidir. Ölçümü zor olmanın yanında hizmet kalitesinin, müşteri tatmini gibi pek çok konu ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle hizmet kalitesinin ölçümü sağlık sektörü açısından ayrı bir önem taşımaktadır.

Sağlık sektöründe gerçekleştirilen bu çalışmanın amacı, algılanan hizmet kalitesinin boyutlarının ve düzeyinin belirlenmesi, algılanan hizmet kalitesi ile müşteri tatmini arasındaki olası ilişkinin incelenmesidir. Bunun yanında çalışmanın bir diğer amacı ise hizmet kalitesi algısının ve müşteri memnuniyetinin müşterilerin demografik özelliklerine ve diğer faktörlere göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmesidir. Çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Hizmet kalitesi ve müşteri tatmini ölçümü için literatürde daha önce var olan ölçekler kullanılmıştır. Elde edilen veriler literatür ile karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Kalitesi, Sağlık Hizmetleri, Kalite Algısı, Müşteri Tatmini

1. GİRİŞ

Küresel dünyada bilgi kavramının vazgeçilmez bir unsur halini almasıyla sanayi toplumları yerini bilgi toplumlarına bırakmıştır. Teknolojik ve toplumsal değişimler ise ekonomide odağın değişmesine sebep olmuştur. Sanayi toplumlarında ekonomi mal ve ürün odaklı iken; çağa uyum sağlayan ülkelerde hizmet odaklı bir ekonomi oluşmaya başlamıştır. Öyle ki gelişmiş ülkelerde ekonomide hizmet sektörüne ayrılan payın büyüdüğü görülmektedir (Gümüşoğlu vd. , 2007, s. 2-3). Bu bağlamda hizmet kavramının tanımı daha da önem kazanmaktadır.

Kalite kavramı mal veya sunulan hizmetin üstünlüğü ile ifade edilmiştir. Öte yandan üretimi yapılan bir mal ise üretimin kusurlu olmaması, hizmet üretimi söz konusu ise hizmetin hatasız oluşu olarak nitelendirildiği de görülmektedir (Saat Ersoy ve Ersoy, 2015, s. 9). Genel olarak kalite; ürünün veya hizmetin belirlenen ihtiyaca ne kadar uygun olarak üretildiği ve beklentiyi ne derece karşıladığı ile ilgilenmektedir (Efil, 2010, s. 155). Yani tüketicinin ihtiyacını belirlenen sürede, en iyi biçimde, yeterli ve tatmin edici düzeyde karşılayan ürün veya hizmet için kalite kavramı kullanılmaktadır (Ertuğrul, 2014, s. 5). Bozkurt (1998) ; Amerikan Kalite Derneği'nce "mal veya hizmetin gerekliliğini sağlayan becerileri ortaya koyan karakteristiklerin tamamıdır " şeklinde ifade etmiştir (Küçük, 2012). Bu tanımdan yola çıkıldığında kalitenin karakteristik unsurları olduğu göz önüne alınmalıdır. ABD'de 86 işletme yöneticilerinin kalite kavramından beklentileri " *israfın yok edilmesi, süreklilik, mükemmellik, teslimat hızı, yöntemlere uygunluk, iyi ürün sunulması, işin başta doğru yapılması, müşteri memnuniyeti"* olarak sıralanmıştır (Saat Ersoy ve Ersoy, 2015, s. 9).

Görüldüğü üzere kalite ile ilgili birden fazla tanım mevcuttur, bununla birlikte net bir tanımı bulunmamaktadır. Bu nedenle kaliteyi ürün, hizmet ve süreç beklentilerini karşılayan, müşteri tatminini esas alan dinamik ve komplike bir yapı olarak nitelendirmek mümkündür (Öztürk, 2013, s. 5-9).

2. HİZMET KALİTESİ

Kalite kavramı ile birlikte hizmet kalitesi kavramı gelişme göstermiştir. Ancak hizmet kavramı soyut bir kavramdır ve tüketici için değişkenlik göstermektedir. Çünkü tüketicinin beklentisi, eğitim, gelir, sosyokültürel değerlerine göre değişiklik gösterebilmektedir. Soyut oluşunun yanı sıra hizmet sektörünün diğer zorluğu stoklanamaması, üretim ve tüketimin aynı anda gerçekleşmesidir. Bu nedenle hizmet kalitesini ölçmek de zorlaşmaktadır. Üretim ve tüketimin eşzamanlı oluşu, hizmet sürecinin daha önce tüketici üzerinde denenememesi, müşteri tatmini sağlanamaması şeklinde de sonuçlanabilmektedir.

Boomsma hizmet kalitesi kavramını, tüketicinin ihtiyaçlarını karşılamak ve kaliteli hizmet sunmak olarak yorumlamıştır. Hizmet kalitesinde kavramında mal üretiminde olduğu gibi kesin bir kalite standardının varlığından söz edilememektedir. Müşteri beklenti ve tatmin düzeyi değişim gösterdikçe hizmet kalite düzeyi de

değişiklik gösterecektir. Terpstra ve Sarathy (1993)' e göre; hizmet kalitesi müşteri algısı ile ilişkilidir. Hizmeti sağlayan firmanın imajı ve hizmet sağlayıcısı da hizmet kalitesini etkilemektedir (Gümüşoğlu vd. , 2007, s.57-60).

Bröchner (2000)'e göre; hizmet kalitesinden sağlanan tüketici tatmini, beraberinde bağlılık ve rekabet avantajı da sağlamaktadır. Kotler (2003)'e göre hizmet kalitesinin firmalara yararları; tüketici sadakati, fiyat rekabetinden kaçınma, iyi çalışanların elde tutulması ve azalan maliyetlerdir (Gümüşoğlu vd. , 2007, s. 65).

2.1.Sağlıkta Hizmet Kalitesi

Öztürk (2003); müşteri tatmininin kalite olgusu ile bağdaştırabileceği üzerine durmuştur. Tüketicinin beklentisi, mal veya hizmetin niteliğini iyileştirmektedir. Hizmet sektörleri açısından kalitenin algılanış biçimi değişiklik gösterir. O halde hizmet sektöründe tüketicinin beklentilerini de kapsayan bütüncül bir kalite olgusundan söz etmek gerekmektedir (Gümüşoğlu vd. , 2007, s. 60).

Küresel ekonomi içerisinde büyüme trendi yakayan sektörlerden biri sağlık sektörüdür. Sağlık sektöründe gelişen teknolojik cihazların yanı sıra emeğe duyulan ihtiyaç fazladır. Bu yoğun çalışmada hasta hizmetleri büyük önem arz eder. Hasta hizmetleri ekibi hastanın kuruma girişinden, randevu verilmesine ve sonrasında muayene ve yatış işlemlerine kadar olan bütün süreçlerde hasta ve hasta yakınlarına bilgi akışını sağlayan ve hizmet veren ekiptir. Hasta hizmetlerinde ana unsur hasta doktor hastane arasında irtibatı sağlamaktır (Yarar ve İnce, 2017, s. 19). Kuşkusuz ki sağlık sektöründe en önemli unsur sağlık hizmetleri ve bunun kalitesidir.

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD)'nin 2002 verilerine göre ülkelerin toplam sağlık harcamalarının gayrı safı milli hasıla içindeki payı her geçen gün artmaktadır. Kamu politikalarının da bu payı artırdığı göz önüne alınırsa sağlık sektörü ekonomide önemli bir yere sahiptir. Özellikle ABD'de sağlık sektöründe çalışan sayısı oldukça fazladır. Bu sektörde istihdam edilenler toplam istihdamın %9,5'unu oluşturmakta ve bu oran artış göstermektedir. Son yıllardaki sağlık sektöründeki istihdam hacminin artıyor oluşu, bu sektörü en hızlı istihdam yaşanan sektör durumuna getirmiştir.

Sağlık sektörünün gelişiyor olması, bu sektördeki teknolojik süreçlerin, örgütsel yapının da iyileştirilmesini gerekli kılmaktadır. Bu gelişmeler sağlık sektöründe maliyet artışına sebep olmaktadır. Bunu önlemek için hastanede sunulan hizmetlerden ziyade ayakta tedavi hizmetine yönlendirilmeye ve koruyucu sağlık hizmetlerine önem vermeye başlanmıştır (Özcan, 2013, s. 24).

Sağlık kurumları yapısal açıdan karmaşıktır. Bu durum hastaların da karmaşık ve heterojen yapıda olmasına yol açmaktadır (Kavuncubaşı, 2000, s. 292-293). Sağlık hizmetlerinin verimli olabilmesi beş temel özellikten bahsedilmektedir. Bunlardan ilki hastanın hizmet sunum sürecine dahil olmasıdır. Hastalar aynı üretim yapan firmalardaki mamuller gibi hizmet sunum sürecinin girdileridir. Çıktılar ise ön tanı ve muayene sonrası hastanın sağlığındaki değişmedir. İkinci özellik ise kapasite duyarlılığıdır. Planlanmış kapasiteyi etkin ve verimli kullanmaktır. Sağlık hizmeti çıktılarının soyut oluşu diğer özelliktir. Hastaların yaptıkları ödeme aynı olsa dahi iki hastanın durumu algılama biçimleri farlılık gösterebilmektedir. Dördüncü özellik ise yüksek düzeyde yargılama ve sağlık hizmetlerinin heterojenliğidir. Her hasta diğerinden farklı özellikler göstermektedir. Bu nedenle hastane yöneticileri ve doktorlar iletişim halinde olarak yüksek düzeyde uzmanlaşmaya ve standartlaşmaya gitmelilerdir. Son özellik ise eşanlı üretim ve tüketimdir.

2.2. Hizmet Kalitesi Ölçümü

Hizmet sektörü olan sağlık kuruluşlarında üretim ve tüketim aynı anda meydana gelmektedir. Bu durum da sağlık hizmet kalitesinin ölçülmesini zorlaştırmaktadır (Özcan, 2013, s. 25). Soyut olan hizmet kalitesini ölçmede en yaygını ve geçerli olanı Parasuraman ve arkadaşlarının geliştirdiği model SERVQUAL'dir. Hizmet kalitesi ölçüm modeli olan SERVQUAL anketi 4 bölüm ve 22 maddeden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde tüketicinin hizmet kalitesine verdiği değer derecelendirilmiştir.sonraki bölümde ise müşterinin anketi yaptığı işletme için mükemmeliyet önermesinin gerekliliğini işaretmesi istenir. Üçüncü bölümde o işletmenin hala o önermeyi taşıyıp taşımadığına bakılır. Son bölümde ise katılımcının ankete faydalı olacak kişisel bilgileri istenmektedir.(Gümüşoğlu vd. , 2007, s. 60). Geliştirilen bu hizmet kalitesi ölçeğinin evrensel uygulama imkanı olduğunu yapılan bircok çalışma ortaya koymaktadır. Ancak bazı araştırmacılar ise bu ölçeğin zaman, mekan ve sektör bazında farklılık göstereceğini vurgulamaktadırlar.bu nedenle evrensel bir hizmet kalitesi ölçeği yerine uyarlamanın daha doğru olacağı öngörülmektedir (Aksoy, 2005, s. 95).

Finkel (1997)'e göre hastanede birinci müşteri durumunda olan hastaların tatmin düzeyini ölçmek önemlidir. Ancak ondan da önemli olan bu göstergelerden yararlanıp sağlık hizmet kalitesini geliştirmektir. Ölçüm sonuçları sağlık kurumu veya hastane performansını artırıcı yönde kullanılmalıdır (Devebakan, 2006, s. 126).

3. ARAŞTIRMA

Araştırmanın amacı sağlık sektöründe hizmet kalitesinin ölçümlenmesi ve hizmet kalitesi ile müşteri tatmini arasındaki ilişkinin analiz edilmesidir. Hizmet kalitesi farklı boyutlardan oluşmaktadır. Çalışmanın amacı hizmet kalitesi ile ilgili algılamaların hangi boyutlardan oluştuğunun araştırılması, ortaya çıkan boyutların müşteri tatmini ile ilişkisinin incelenmesidir.

3.1. Veri Toplama Yöntemi

Hizmet kalitesinin genel olarak anket ile müşterilerin bilgisine ulaşmak sureti ile ölçülmektedir. Bu çalışmada da bir hastaneden sağlık hizmeti almış olan hastalardan anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Sağlık kurumlarında hizmet kalitesi ölçümünün yapıldığı pek çok çalışma bulunmaktadır. Taş (2009) SERVQUAL ölçeğini sağlık sektörüne uyarlamıştır, bu uyarlamada madde sayısı 27'ye çıkmıştır. Hizmet kalitesi algılamalarına göre gerçekleştirdiği Açıklayıcı Faktör Analizine (AFA) göre üç boyut elde edilmiştir. Bu boyutlar; hekimlik hizmetleri, hemşirelik hizmetleri ve ulaşılabilirlik olarak tanımlanmıştır. Bu çalışmada Taş (2009) tarafından kullanılan ölçekteki algılamalar ile ilgili maddeler kullanılmıştır. Ölçekteki son iki madde (hastanenin ısıtması ile ilgili ve havalandırması ile ilgili maddeler) kullanılmamıştır. Kullanılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde cevaplayıcıların hizmet kalitesi ile ilgili algıları ile ilgili maddeler yer almaktadır. İkinci bölümde ise alınan hizmetten duyulan tatmin ile ilgili maddeler yer almaktadır. İlk iki bölümdeki maddeler beşli Likert ölçeği çeklindedir ve 1:kesinlikle katılmıyorum, 5:kesinlikle katılıyorum şeklinde kodlanmıştır. Üçüncü bölümde ise demografik özellikler ile ilgili maddeler yer almaktadır.

3.2. Örneklem

Araştırmada örnekleme metodu olarak kolayda örnekleme kullanılmıştır. Bir özel hastaneden hizmet almış olan kişilerle anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Anketler farklı polikliniklerde hizmet almış olan hastalarla gerçekleştirilmiştir. Anket çalışması sonucu elde edilen 400 adet anket formundan 86 adedi çeşitli sebeplerle kullanılamamıştır, kullanılabilen anket formu sayısı 314 adettir.

3.3. Bulgular

Öncelikle demografik özellikler ile ilgili bulgular analiz edilmiştir. Sonrasında hizmet kalitesi algıları, müşteri tatmini ve bunların arasındaki ilişki incelenmiştir.

3.3.1. Demografik Özellikler

Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dağılımı Tablo 1.'de görülmektedir. Tablo 1.'e göre çalışmaya katılan kadınların sayısı erkeklerin sayısından daha fazladır.
Tablo 1. Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı

	Frekans	Frekans %	Kümülatif Frekans %
Kadın	158	50,3	50,3
Erkek	156	49,7	100,0
Toplam	314	100,0	

Katılımcıların yaş değişkenine göre dağılımı Tablo 2.'de görülmektedir. Tablo 2.'ye göre katılımcıların çoğu 30-39 yaş arasındaki ve katılımcıların %80'i 50 yaşın altındadır.

Tablo 2. Katılımcıların Yaşa Göre Dağılımı

	Frekans	Frekans %	Kümülatif Frekans %
20-29	80	25,5	25,5
30-39	111	35,4	60,9
40-49	62	19,7	80,6
50-59	37	11,8	92,4
60-69	18	5,7	98,1
70-79	6	1,9	100,0
Toplam	314	100,0	

Katılımcıların eğitim değişkenine göre dağılımı Tablo 3.'de görülmektedir. Tablo 3.'e göre katılımcıların yarısına yakını üniversite mezunudur.

Tablo 3. Katılımcıların Eğitim Düzeyine Göre Dağılımı

	Frekans	Frekans %	Kümülatif Frekans %
İlköğretim	26	8,5	8,5
Ortaokul	23	7,5	16,0
Lise	118	38,4	54,4
Ön Lisans	14	4,6	59,0
Lisans	96	31,3	90,3
Yüksek Lisans	29	9,7	100,0
Toplam	307	100,0	

Hastaneye kaçıncı kez geldiğini ile ilgili maddenin sonuçları Tablo 4.'te görülmektedir. Buna göre katılımcıların yaklaşık üçte ikisinin hastaneye ilk gelişleri olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla katılımcıların çoğu daha önceden hastane ile ilgili tecrübeye sahiptir.

Tablo 4. Hastaneye İlk Gelişiniz mi?

	Frekans	Frekans %	Kümülatif Frekans %
Evet	116	36,9	36,9
Hayır	198	63,1	100,0
Toplam	314	100,0	

3.3.2. Hizmet Kalitesi Algılamaları

Tablo 5.'te algılama skorlarının tanımlayıcı istatistik değerleri görülmektedir. En yüksek skora sahip iki madde hekimle ilgili olan 23 ve 21 numaralı maddeler iken, en düşük skorlu iki madde 3 v3 4 nolu maddelerdir ve hastaneye ulaşım ve bekleme süresi ile ilgilidir.

Tablo 5. Hizmet Kalitesi Algılamaları

		N	Ortalama	Std. Sapma
A1	Randevu ve sıra alma kolaylığına sahiptir.	314	4,30	0,84
A2	Yönlendirmeler açıklayıcı ve yardım edici özelliğe sahiptir.	314	4,15	0,72
A3	Muayene olana kadar geçen süreyi en az seviyede tutar.	314	3,94	0,93
A4	Hastaneye ulaşım kolaydır.	314	3,92	0,93
A5	Kayıt işlemleri hızlıdır.	314	4,22	0,84
A6	Kayıt görevlisi nezaketlidir.	314	4,25	0,85
A7	Hastane yeterli teknolojik donanıma sahiptir.	314	4,30	0,83
A8	Çalışanlar düzgün ve iyi görünüme sahiptir.	314	4,34	0,84

A9	Hastanenin dış mekanı düzgün görünüme sahiptir.	314	4,35	0,83
A10	Tuvaletler temiz ve düzenlidir.	314	4,18	0,93
A11	Genel olarak hastane temizdir.	314	4,26	0,83
A12	Hasta mahremiyeti sağlanmaktadır.	314	4,49	0,70
A13	Sizinle ilgilenen hemşire veya diğer personel saygılı ve nezaketlidir.	314	4,47	0,74
A14	Sizinle ilgilenen hemşire veya diğer personel ilgili ve yakındır.	314	4,49	0,74
A15	Hemşire/Diğer personel hastaların sorularını anlaşılır şekilde yanıtlar.	314	4,46	0,75
A16	Hemşire/Diğer personel yardımcı olmaya isteklidir.	314	4,42	0,78
A17	Hemşire/Diğer personelin uygulanan işlemler hakkında hastayı yeterince bilgilendirir.	314	4,42	0,78
A18	Hekim saygılı ve nezaketlidir.	314	4,50	0,71
A19	Hekim ilgili ve yakın davranır.	314	4,54	0,74
A20	Hekim hasta sorunlarına karşı anlayacağı şekilde yanıt verir.	314	4,56	0,73
A21	Hekim yardımcı olmaya isteklidir.	314	4,58	0,70
A22	Hekimin muayene ve tedavisine güven duyarım	314	4,56	0,72
A23	Hekimin muayene ve tedavi hakkında verdiği bilgi yeterlidir.	314	4,63	0,70
A24	Hekimin hastaya ayırdığı zaman yeterlidir	314	4,57	0,78
A25	Hekimin hastanın durumu hakkında düşüncenizi/fikrinizi alma çabası yeterlidir.	314	4,56	0,79

3.3.3.Güvenilirlik Analizi ve Açıklayıcı Faktör Analizi Bulguları

Kullanılan 25 maddelik hizmet kalitesi algısı ölçeği ile ilgili güvenilirlik analizi ve Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) gerçekleştirilmiştir. Güvenilirlik analizi Cronbach's alfa yöntemi ile ölçeğin tüm maddeleri için gerçekleştirilmiştir.

Elde edilen güvenilirlik değeri 0,933 değeri almıştır. Bu değer ölçeğin çok yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. Gerçekleştirilen AFA'de bazı maddeler ortak varyans değerinin düşük olması nedeni ile, bazı maddeler ise çapraz yükleme dolayısı ile analizden çıkarılmıştır. Varimax rotasyonu ile gerçekleştirilen son AFA'de elde edilen sonuçlara göre AFA'nin ön koşulu olan KMO değer 0,897 olarak elde edilmiştir. Bir başka ön koşul olan Barlett's test istatistiği ise p=0,000 olarak elde edilmiştir. KMO değeri ve Barlett's test istatistiği açısından bir problem görülmemektedir (Durmuş vd., 2011: 80).

Elde edilen dört faktör birlikte toplam değişkenliğin %69,7'sini açıklamaktadır. Faktörlerin güvenilirlik değerleri Cronbach's α ile incelenmiş ve bu değerlerin 0,7'den yüksek olduğundan uygun olduğu belirlenmiştir. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları Tablo 6.'da görülmektedir. Buna göre ilk beş maddenin oluşturduğu ilk faktör hastanenin erişilebilirliği ile ilgilidir bu nedenle ilk faktör erişilebilirlik faktörü olarak adlandırılmıştır. İkinci faktörde yer alan maddeler ise hemşirelik ve diğer personel hizmetleri olarak adlandırılmıştır. Üçüncü faktörde yer alan maddelerin tümü hekimlik hizmetleri ile ilgili olduğundan bu faktör hekimlik hizmetleri olarak ifade edilmiştir. Dördüncü faktör ise hastanenin temizli ve düzeni ile ilgilidir. Çalışmada elde edilen faktörlerden ilk üçü Taş (2009) tarafından elde edilen faktörler ile aynıdır.

Tablo 6. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör Yükleri			
	1	2	3	4
A1	,631			
A2	,713			
A3	,708			
A4	,744			
A5	,705			
A9				0,665
A10				0,866
A11				0,729

A13		,805		
A14		,817		
A15		,795		
A16		,690		
A17		,611		
A18			,684	
A19			,812	
A20			,861	
A21			,864	
A22			,821	
A23			,766	
A24			,751	
A25			,744	
Açıklanan Varyans	26,95	16,87	14,88	10,98
Cronbch's α	0,84	0,89	0,94	0,76

Bu faktörlere ait olan maddelerin algılama skorlarının ortalaması alınarak faktörleri temsil eden yeni değişkenler (F1, F2, F3, F4) oluşturulmuştur ve bu skorlar Tablo 7.'de görülmektedir. Buna göre algılanan hizmet kalitesi ile ilgili en yüksek ortalama hekimlik hizmetleri ile ilgilidir.

Tablo 7. Faktörlerin Tanımlayıcı İstatistikleri

	N	Ortalama	Std. Sapma
F1 (Erişebilirlik Hizmetleri)	314	4,11	0,66
F2 (Hemşirelik ve Diğer Personel Hizmetleri)	314	4,45	0,63
F3 (Hekimlik Hizmetleri)	314	4,56	0,61
F4 (Temizlik ve Düzen)	314	4,27	0,71

3.3.4.Müşteri Tatmini

Anket formunun ikinci bölümünde müşteri tatmini ile ilgili maddeler bulunmaktadır. Müşteri tatmini maddeleri ile ilgili sonuçlar Tablo 9.'da görülmektedir. Buna göre hastaneden aldıkları sağlık hizmetleri ile ilgili tatmin düzeyi ortalama skor olan 3'ün üzerindedir. Tüm skorların ortalamaları orta nokta olan 3 ile katılıyorum ifadesi olan 4 arasındadır. Hizmet kalitesi algılamaları ile ilgili skorların 4 ve 5 arasında olduğu düşünüldüğünde kalite algılamalarının tatmin düzeyine göre düşük olduğu anlaşılmaktadır. Müşteri tatmini ile ilgili maddeler AFA'ne tabi tutulduğunda KMO değeri ,895 olarak bunmuş, Barlett's test istatistiği ise p=0,000 olarak elde edilmiştir. Beklendiği üzere tek faktör elde edilmiştir ve tatmin olarak adlandırılmıştır. Tek faktör altında toplanan altı madde için madde ortalamaları alınarak tatmin değişkeni oluşturulmuştur.

Tablo 9. Müşteri Tatmini ile İlgili Sonuçlar

	Ortalama	Std. Sapma
Bu hastaneden aldığım sağlık hizmeti beklentilerimi karşıladı.	3,78	1,79
Diğer hastanelere göre bu hastaneden daha fazla memnun kaldım.	3,80	1,75
Bu hastanenin sunduğu hizmetler daime beklenen düzeydedir.	3,85	1,72
Bu hastanede kendim için uygun zamanlarda sağlık hizmeti alabiliyorum.	3,85	1,73
Bu hastanede aldığım sağlık hizmeti beklentilerimden fazlasını karşılamıştır.	3,84	1,72
Bu hastaneyi hastaneler arasında ilk tercih olarak düşünmekteyim.	3,81	1,74

3.3.5.Algılanan Hizmet Kalitesi Müşteri Tatmini İlişkisi

Algılanan hizmet kalitesi ile müşteri tatmini ilişkisinin araştırılması için bir model oluşturuluştur. Bu modelde bağımlı değişken müşteri tatmini olurken bağımsız değişkenler elde edilen faktörlerdir Buna göre öncelikle değişkenler arası korelasyonlar incelenmiş ve tüm değişkenlerin (p=0,01 düzeyinde) birbirleri ile anlamlı ilişki

içinde olduğu görülmüştür. Daha sonra bu model Çok Değişkenli Regresyon Analizi ile analiz edilmiştir. Bağımsız değişken olan dört faktörün bağımlı değişken olan tatmini etkilediğini öne süren regresyon modeli bir bütün olarak istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur (p=0,000 ve R=0,578). Analiz sonuçları Tablo 10.'da görülmektedir.

Tablo 10. Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

	Standardize Olmayan Katsayılar		Standardize Katsayılar		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig
Sabit	1,84	0,25		7,4	,000
FA1	,18	,06	,20	3,2	,001
FA2	,28	,06	,29	4,5	,000
FA3	,17	,06	,17	2,8	,005
FA4	,04	,05	,05	0,9	,372

Tablo 10.'a göre dört bağımsız değişken birlikte iken F4'ün tatmin üzerinde anlamlı bir etkisi görülmemiştir. Diğer üç faktörün tatmin üzerinde anlamlı etkisi bulunmaktadır. İlk üç faktör arasında bağımlı değişkeni en güçlü olarak etkileyen faktörlerin sırası ile F3, F3 ve F1 olduğu görülmektedir. F4 modelden çıkarılıp üç bağımsız değişkenden oluşan yeni model kurulduğunda yeni model ve faktörlerin etkisi de istatistiki olarak anlamlıdır(p=0,000 ve R=0,576). Faktörlerin etkilemedeki güçleri ile ilgili sıralama da değişmemiştir.

4. SONUÇ

Araştırmada bir özel hastanenin hizmet kalitesi, beklentilerin ve algılamaların karşılaştırılmasına dayanarak ölçülmüştür. Bu çalışmada anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Taş (2009) tarafından kullanılan ölçek kullanılmıştır. Çalışmada cevaplayıcı olan sağlık hizmeti alanların aldıkları hizmet ile ilgili kalite algılamaları ölçümlenmiştir. Bu çalışmada hizmet kalitesi algılamaları ulaşılabilirlik, hemşirelik ve diğer personel hizmetleri, hekimlik hizmetleri ve temizlik ve düzen olmak üzere dört faktörde incelenmiştir. Bu faktörlerden ilk üç tanesi, Taş (2009) tarafından elde edilen faktörler ile aynıdır. Müşteri tatmini skorları da elde edilmiştir. Genel olarak hizmet kalitesi algılama skorları orta noktanın oldukça üzerinde iken, müşteri tatmini skorları orta noktanın üstünde ama hizmet kalitesi skorlarının altındadır. Faktörlerin tümünün müşteri tatminini etkilediği model bir bütün olarak anlamlı bulunmuştur. Bununla birlikte hastanenin temizliği ve düzeni ile ilgili olan F4 faktörünün model içinde anlamlı etkisi görülmemiştir. Dolayısı ile bu dört faktörden, ilk üç faktör olan erişebilirlik hizmetleri, hemşirelik ve diğer personel hizmetleri ve hekimlik hizmetlerinin tatmin üzerinde istatistiki olarak anlamlı etkisi gözlemlenmiştir. Sağlık kurumları müşteri tatminini arttırmak için hekimlik hizmetlerinin yanında erişebilirlik ve hemşirelik ve diğer personel hizmetlerini de dikkate almalıdır.

KAYNAKÇA

Aksoy, R. (2005). Zonguldak'ta Ayakta Tedavi Tüketicilerinin Sağlık Hizmeti Kalite Değerlemesi. Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 91-104.

Devebakan, N. (2006). Sağlık İşletmelerinde Teknik ve Algılanan Kalite. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 120-149.

Durmuş, Beril, Yurtkoru, Serra E. ve Çinko, Murat, Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi, Beta Yayınları, İstanbul 2016.

Efil, İ. (2010). Toplam Kalite Yönetimi. Bursa: Dora Yayıncılık.

Ertuğrul, İ. (2014). Toplam Kalite Kontrol. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

Gümüşoğlu, Ş., Pırnar, İ., Akan, P., ve Akbaba, A. (2007). Hizmet Kalitesi Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kavuncubaşı, Ş. (2000). Hastane ve Sağlık Kurumları Yönetimi. Ankara: Siyasal Kitapevi.

Küçük, O. (2012). Toplam Kalite Yönetimi Sınırsız İyileşme - EFQM Mükemmellik Modeli. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Özcan, A. (2013). Sağlık Kurumları Yönetiminde Sayısal yöntemler. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Öztürk, A. (2013). Kalite Yönetimi ve Planlaması. Bursa: Ekin Basın Yayın Dağıtım.

Saat Ersoy, M., ve Ersoy, A. (2015). Kalite Yönetimi Toplam Kalite Yönetimi ve Kalite Denetimi. Ankara: İmaj Yayınevi.

Taş, Dersu (2009). Sağlık Hizmet Kalitesinin Ölçümüne İlişkin Bir Uygulama, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi,

Yarar, O., ve İnce, Ö. (2017). Sağlık Kuruluşlarında Hasta Hizmetleri. Ankara: Güneş Tıp Kitabevleri.

Akıllı Telefon Kullanan Üniversite Öğrencilerinin Marka Özdeşleşmesinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi

Dr. Öğr. Üyesi Onur Şaylan[1] **Dr. Öğr. Üyesi Emrah Tokgöz[2]**

[1]Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi / Çan Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü, onursaylan@comu.edu.tr

[2]Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi / Çan Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü, emrahtokgoz@comu.edu.tr

Özet: Araştırmanın amacı, akıllı telefon kullanan üniversite öğrencilerinin marka özdeşleşme seviyelerinin incelenerek bazı demografik değişkenler açısından fark olup olmadığını ortaya koymaktır. Araştırma evrenini, meslek yüksekokulunda okuyan 18-25 yaş arası öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında, kümelere göre örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Alanyazından yararlanarak, geçerliliği ve güvenirliği kanıtlanmış marka özdeşleşmesi ölçeği kullanılarak, 205 adet anket toplanmıştır. Elde edilen veriler tanımlayıcı istatistikler, güvenirlik ve faktör analizleri kullanılarak incelenmiştir. Öğrencilerin demografik değişkenleri yardımıyla, marka özdeşleşme seviyelerine ilişkin fark analizleri, bağımsız örneklem t testi, bağımsız örneklem tek yönlü varyans (ANOVA) ve Post Hoc testleriyle yapılmıştır. Sonuçlara göre, öğrencilerin marka özdeşleşme seviyeleri cinsiyetlerine, kullanma yılına, akıllı telefon değiştirme sayısına, telefon hattı faturasına ve akıllı telefonlarının markasına göre anlamlı şekilde değiştiği ortaya konmuştur. Diğer taraftan, öğrencilerin marka özdeşleşme seviyeleri yaşa, aile aylık gelir durumuna, harçlıklarına, günlük internete girme saatine ve kullanılan operatöre göre anlamlı şekilde değişmediği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Marka Özdeşleşmesi, Akıllı Telefon Kullanımı, Demografik Değişkenler.

Abstract: The aim of the research is to investigate of brand identification in the context of demographic variables of university students using smart phone. In the scope of the research, using self-completion survey method, students between 18-25 from vocational high school have been selected resulting in 205 usable completed questionnaires. As a sampling method, sampling method according to clusters was used. The obtained data were analyzed using descriptive statistics, reliability and factor analysis. With the students' demographic variables, variance analysis of brand identification were performed by independent sample t test, independent sample one-way variance (ANOVA) and Post Hoc tests. As a result of the study, it was determined that the brand identification levels of the students are significantly changed according to gender, the year of use, the number of smartphone exchange, bill and smartphone brands. On the other hand, it was determined that the brand identification levels of the students are not significantly changed according to age, family monthly income, pocket money, hours of daily entries to internet and the used operatör.

Key Words: Brand Identification, Smartphone Use, Demographic Variables.

1. GİRİŞ

Tüketiciler, markaları sadece iyi çalıştığı için satın almazlar ayrıca hayatlarına kattıkları anlamlardan dolayı da satın alırlar. Markalar sembolik anlamlar taşıdığı için tüketicilerin kişisel duygularının gelişiminde, kendisini temsil eden amaçlara ulaşmada, kişisel ve sosyal kimliklerinin oluşumunda önemli faktörlerinden biridir (Popp ve Woratschek, 2017: 253; So vd., 2107: 641). Araştırmalar, hem tüketici davranışları hem de etkili marka yönetimi için tüketicilerin markalar ile tanımlanmasının ne anlama geldiği üzerine odaklanmıştır. Markalar tüketici kimliklerini şekillendirirken onlarla iletişime geçme ve onları bilgilendirme yeteneğine sahiptir (Sauer vd., 2012: 406). Bu nedenle, pazarlama araştırmaları, hem firmalar hem de tüketicilere sayısız faydalar sağladığından dolayı ciddi ölçüde markalara odaklanmıştır. Birçok araştırma güçlü markanın önemini kabul etmiştir ve onun oluşturulması için çeşitli yollar aramıştır (Kumar ve Kaushik, 2017: 1248).

Son yıllarda yapılan araştırmalarda, ürünlerle insanların tüketim davranışları arasındaki ilişkilerin değişmesiyle, bazı tüketici davranışlarının zaman içinde önem kazanmaya başladığı ve bazılarının da önemini yitirdiği görülmektedir (Pinto et al., 2017:66). Bu süreçte giderek önem kazanan kavramlardan birisi de özdeşleşmedir. Özdeşleşme, kişinin içinde bulunduğu gruba ilişkin aidiyet ve bağlılık duygusu olarak tanımlanabilir (Yayak, 2017: 561). Marka özdeşleşmesi ise marka ile güçlü duygusal bağı ve markaya olan aitlik hissini ifade eder. Marka ile özdeşleşen birey markanın başarısına ve başarısızlığına dâhil olur (Berrozpe vd., 2018: 3). Marka özdeşleşmesi marka bağlılığı, marka memnuniyeti, markaya olan güven ve tüketicilerin yeniden satın alma niyeti ile yüksek derecede ilişki içinde olan bir kavram olarak karşımıza çıktığından giderek önem kazandığı görülmektedir (So vd., 2107: 641; Carr ve Hayes, 2017: 4).

Son yıllarda akıllı telefonlar dünya çapında hızlı bir şekilde yaygın hale gelmiş ve cep telefonu hayatımıza ilk girdiğinde öncelikli olarak mobil olma ve iletişimi hayatın her alanına taşıma özelliğine sahipken, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte mobil iletişim araçları bilgiye daha kolay erişim olanağı hale gelmiştir. Akıllı telefonlar iletişimin yanı sıra fotoğraf çekme, video izleme, video kayıt, müzik dinleme, internete erişme, oyun oynama gibi olanaklar sunması ile günlük hayatımızın vazgeçilmez iletişim araçları haline gelmiştir. Teknolojik gelişmelerle cep telefonları daha küçük daha kolay kullanımı olan uygun bir şekilde taşınabilen daha kişisel ve gelişmiş araçlar olmaya başlamıştır (Aktaş ve Yılmaz, 2017: 86) Büyük oranda artan internet ve akıllı telefon kullanımı gençlerin hayatında önemli bir yer işgal etmekte ve onların boş zaman faaliyetlerini etkilemektedir (Jankovic vd., 2016: 356).

Araştırmanın amacı akıllı telefon kullanan üniversite öğrencilerinin marka özdeşleşme seviyelerini incelenerek bazı demografik değişkenler açısından fark olup olmadığını ortaya koymaktır. Çalışmada ilk olarak marka özdeşleşmesi kavramının tanımından daha sonra akıllı telefonun dünyada ve ülkemizde kullanımından ve son olarak araştırma bulgularından bahsedilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Marka Özdeşleşmesi

Özdeşleşme kavramı, insanların sahip olduğu duygusal bağın rehberliğinde ortaya çıkan benzer olma algısının oluştuğu süreç olarak tanımlamış ve paylaşılan sembollerin çokluğu ile gelişim gösterebileceği belirtilmiştir (Tokgöz ve Seymen, 2013: 63). İşletme bilimi için özdeşleşme ise bir bireyin bir firmaya ne ölçüde aitlik hissi taşıdığı ve firma ile ne ölçüde fikir birliği içinde olduğu algısıdır. Kendini firma ile tanımlayan birey, firma ile ilişki içerisinde olur ve firmanın başarısını ve hatalarını sahiplenir. Bu nedenle özdeşleşme bir firmanın kişinin kimliğini ne kadar ifade ettiğini ve geliştirdiğini yansıtır (Balaji vd., 2016: 3024).

Marka özdeşleşmesi yaklaşımı kavramsal olarak tüketici-firma özdeşleşmesi yaklaşımdan geliştirilmiştir (Yeh vd,.2016: 247). Marka özdeşleşmesi kavramı tanımlanırken, tüketicinin kendi benliğinin marka imajı ile ne ölçüde örtüştüğü veya tüketicinin markaya olan algılanan duygusunun şiddeti göz önüne alınır (Tuskej,2018: 5). Marka özdeşleşmesi, tüketicilerin bir marka ile aynı kişisel tanımlamaların paylaşılmasıdır. Buna göre, markaların ayrı bir kişiliğe ve kimliğe sahip olduğu söylenebilir. Markalar, tüketicilerin ürünün kalitesi hakkında anlam çıkarabileceği dışsal işaretler sunmanın yanında ayrıca rakiplerinden farklılaşmalarını da sağlayacak içsel bir kimliği de beraberinde getirmiş olur (Yeh vd.,2016: 247).

Bir bakış açısına göre sosyal kimlik teorisi, pazarlama literatüründe marka özdeşleşmesinin en önemli teorik temelidir (Elbedweihy vd., 2016: 2902; Coelho vd., 2018: 103). Çünkü sosyal kimlik teorisi, kişilerin benlik kavramını sosyal gruplar ve organizasyonlar ile bağlantıları aracılığıyla tanımlandığını ileri sürer. Benzer şekilde markalar da sosyal kimliğin yaratılmasında ve ifadesinde kolaylaştırıcı olabilmektedir. Müşteriler, markaları kim olduklarını tanımlarken kullanabilir. Dahası kişiler, kendilerini aynı marka ile tanımlayan müşteri gruplarının bir parçası olarak düşündükleri için markaya ilişkin sosyal benliğin oluşmasına yardımcı olabileceği ileri sürülür (Elbedweihy vd., 2016: 2902; Augusto ve Torres, 2018: 4). Özellikle tanınmış markalar, tüketicilerin markayı destekleyen faaliyetler ile meşgul olmasını sağlamada daha avantajlıdır. Bu nedenle kolaylıkla ayırt edilebilen marka kimliği, kişisel ve sosyal bir kimlik sürdürmek için tüketicilere yardımcı olur (Alnawas ve Altarifi, 2015: 115).

Tüketici marka özdeşleşmesi, pazarlamacıların müşterilerin zihninde oluşturmak istedikleri anlamlı derin ilişkilerin temel psikolojik altyapısını oluşturur (Kucharska, 2017: 2). Yüksek düzeyde özdeşleşme ile tüketiciler firmanın tekliflerinden ne kadar memnun olursa, o kadar olumlu yorumlar yapar, yeni ürün ve hizmetleri denemeye istekli olur, firma ile ilgili olumsuz bilgilere direnç gösterir (Rather, 2018: 493).

Kişinin kendini marka açısından sınıflandırması düşünce davranış ve ekonomik kararlarına rehberlik eder. Marka özdeşleşmesi, tüketicinin marka ile doğrudan etkileşimi ve kendisini marka ile tanımladığı kişilik algısıyla ilgilidir (Carr ve Hayes, 2017: 4). Yani marka ile özdeşleşme bir bireyin kişiliğinin gelişmesine katkıda bulunur ve bu kişiliğin savunulmasına bir araç sağlar. Bir markaya ya da onun hakkındaki mesajlara maruz kalmak marka ve tüketici arasında bilişsel ve duygusal bağın oluşmasına yol açar ve marka özdeşleşmesine katkıda bulunur (Palmer vd., 2016: 3034).

Özdeşleşme bireyin neden bir sosyal bir grubun üyesi olmaya başladığını açıklar. Bir birey kendini ait ve tanımlanmış hissettiği sosyal grubun bir üyesi olma eğilimindedir. Dolayısıyla tüketiciler marka ile ilişki kurarak ya da markaları satın alarak kendilerini tanımlayabilirler. Tüketicilerin ait olduğu ya da ait olmak istediği grup

içerisinde markalar iyi bir üne sahipse, grup üyeleri bu markalara olumlu yönde değer verir. Marka özdeşleşmesi tüketicilerin sosyal çevresini oluşturan grup ile bütünleşmesini veya ayrışmasına olanak sağlar. Bu yüzden kendini belirli bir marka ile tanımlayan müşteri bu markaya yakın durmaya daha istekli olacaktır ve bu markayı tanıtmaktan gurur duyacak bu yüzden marka değeri de artacaktır (Loureiro vd., 2014: 5).

Büyük bir tüketici bağlılığının oluşması, bir marka ile tüketicinin özdeşleşmesi aracılığıyla başarılabilir (Nikhashemi vd., 2015: 187). Özdeşleşme, markalara önemli faydalar kazandıran bir kavramdır. Tüketiciler marka hakkında pozitif söylentiler yayar ve güçlü bir şekilde tanımladıkları markaya sadık olurlar (Davvetas ve Diamantopoulos, 2017: 219). Markaların satın alınması ve tüketilmesi özdeşleşmenin güçlenmesine olanak sağlar. Tüketiciler markalarıyla özdeşleşerek, kendi benliklerini markaların özellikleriyle birleştirir ve bu kişilik tanımlarıyla diğerleriyle iletişim kurar. Bunun sonucunda, tüketiciler özel bir marka ile tanımlandığında, marka ile bir psikolojik ilişki kurar, taraf tutma davranışı sergiler ve içsel olarak markanın yararına çalışır (Becerra ve Badrinarayanan, 2013: 373).

2.2. Akılı Telefon Kullanımı

Son dönemlerin en çok kullanılan araçları olan, yaşanılan dönemin dijital çağ olarak da tanımlanmasına neden olan akıllı telefonlar iletişim işlevinin ötesinde bir anlam ifade etmeye başlamıştır (Bulduklu ve Özer, 2016: 2971). Yeni teknolojilerin hedef kitlesi ve yüksek pazar oranlarıyla önemli bir yere sahip üniversite öğrencilerinin iletişim ve bilişim teknolojilerine yönelik merak ve ilgileri sayesinde işlevselliği yüksek olan bu araçların günlük kullanım süreleri hızla artmaktadır (Aktaş ve Yılmaz, 2017: 85). Bu nedenle, yapılan araştırmalarla Türkiye'de üniversite öğrencilerinin akıllı telefon satın alma tercihlerini belirleyen özellikler, marka ve reklam çabaları üzerine çalışmalar yapılmaktadır (Çakır ve Demir, 2014: 213).

Dijital pazarlama ajansının "We Are Social, Hootsuite" işbirliği ile 238 ülkeden toplanan verilerle, 2017 yılında Dijitale Küresel Bakış (Digital in 2017 Global Overview) raporu hazırlamıştır. Rapora göre, dünyanın yarısından fazlası artık en az 1 adet akıllı telefon kullanıyor, dünya nüfusunun neredeyse üçte ikisi en az bir cep telefonu sahibi, dünya genelinde web trafiğinin yarısından fazlası cep telefonuyla yapılmakta, dünya nüfusunun beşte birinden fazlası son 30 gün içinde internetten alışveriş yaptı (dijitalajanslar.com). Diğer taraftan, Dünya küresel mobil pazar raporuna göre, akıllı telefon sahiplik oranlarında ilk sırayı 717.310.000 kişi ile Çin, ikinci sırayı 300.124.000 kişi ile Hindistan, üçüncü sırayı 226.280.000 ile Amerika oluşturmaktadır. Akıllı telefonların nüfus etme oranları karşılaştırıldığında ilk sırayı % 80'lik oran ile Birleşik Arap Emirlikleri, ikinci sırayı % 72,2 ile İsveç, üçüncü sırayı ise % 71,7'lik oranla İsviçre almaktadır (Newzoo, 2017).

Türkiye'de akıllı telefon kullanım oranları incelendiğinde; Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK) hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırmasına göre Türkiye'de halkın % 97,8'inde cep telefonu bulunmakta, bu oran içinde akıllı telefon kullanım oranı ise %53,8'dir. Akıllı telefon kullanan kesimin % 63'ü erkek % 37'si kadınlardan oluşmaktadır. Yaş aralığına bakıldığında akıllı telefon kullanım oranın büyük çoğunluğunu gençlerin oluşturduğu görülmektedir. Akıllı telefon kullananların % 10 'u 18 yaş altı çocuklardan oluşurken %31 gibi büyük bir kesim 18-25 yaş arası gençlerin elinde bulunuyor. 26- 30 yaş arası kişilerin kullanımı ise %38'lere ulaşıyor. 31-40 yaş arası kesim yüzde % 13 lük kısmı ve kalan % 8 kısım 40-60 yaş arasını oluşturuyor (bardanos.com, 2016).

Ülkemizde, öğrencilerin akıllı telefon seçimini etkileyen faktörler incelendiğinde, akıllı telefonların görsel olarak öğrencilere hitap etmesi, estetik olarak ilginç gelmesi, hayal güçlerini kullanmaları ve farklı sosyal kimlik edinmelerini sağlamaları sıralanabilir (Tatlı, 2015: 564). Diğer taraftan, 21-23 yaş grubundaki üniversite öğrencilerinin 27 yaş üzerindekilere göre akıllı telefonlara daha fazla anlam yükledikleri görülmüştür. Dolayısıyla 21-23 yaş aralığındaki üniversite öğrencilerinin 27 yaş aralığındakilere göre akıllı telefona daha bağlı oldukları anlaşılmaktadır (Kuyucu, 2017: 320). Üniversite öğrencileri akıllı telefonu en çok sosyal iletişim ağlarına erişim için kullandıkları ve günlük ortalama kullanım süresinin 4 saat ve üzeri olduğu ortaya konmuştur (Minaz ve Bozkurt, 2017: 268). Genç nüfus, akıllı telefonlarla bir hayli fazla zaman geçirmektedir. Bireyi beklediği sosyalleştirme düzeyine ulaştırmadığı, birey üzerinde ciddi bağımlılık duygusu yarattığı gibi olumsuz yönlerinden söz etmenin yanında; bilgiye hızlı erişim, güncel haberleri takip etme, sosyal medyayı aktif olarak kullanma, topluma uyum nedeniyle kullanılması ve sağladığı diğer faydalar nedeniyle akıllı telefonlar vazgeçilmez olarak tanımlanmaktadır (Yusufoğlu, 2017: 2414).

Akıllı telefonlar evde, okulda veya kamu alanları gibi birçok yerde internete erişmek için kullanılsa da (Vassilakaki vd., 2016: 427), uygulama özellikleriyle de kullanıcılarına oldukça geniş alanda hizmet verebilmektedir. Bu nedenle kullanıcılar oldukça uzun süreler akıllı telefonlarıyla vakit geçirmektedirler. Uzun süre akıllı telefonlarıyla zaman geçiren bireyler, yüz yüze iletişim gibi diğer sosyal ilişkilere zaman ayıramamakta

ve bireylerin bağımlı olmasına neden olmaktadır (Tan vd., 2013: 610). Her ne kadar her yaştan insan akıllı telefon kullanıcısı olabilse de, özellikle genç tüketiciler akıllı telefon teknolojisinin kullanımı konusunda daha duyarlıdır (Kim vd., 2018: 25). 17-25 yaş aralığında olan bu tüketiciler, akıllı telefon kullanımına en çok uyum sağlayan (Kuyucu, 2017: 324), teknolojik gelişmelerden en çok etkilenen ve dijital medyanın cazibesiyle büyüyen ilk bireyler olarak da kabul edilmektedir (Adıgüzel, 2014: 174).

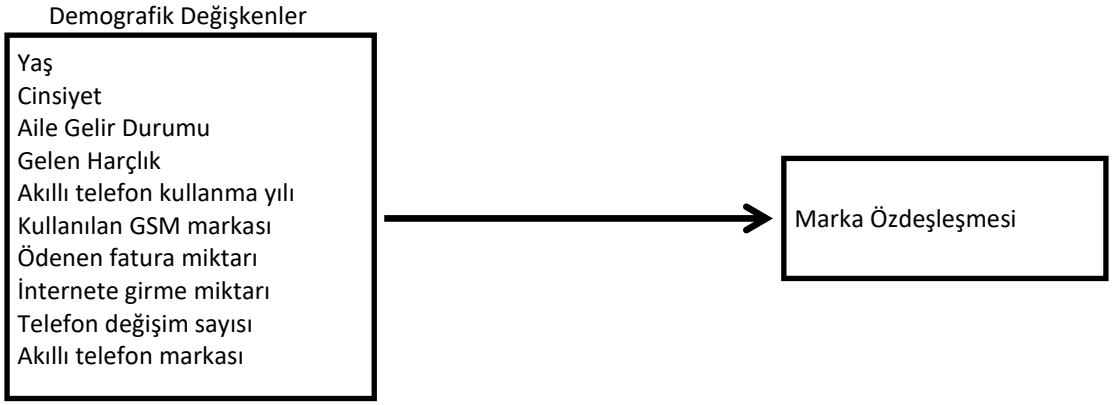
3. YÖNTEM

3.1. Veri Toplama ve Örneklem

Araştırmanın amacı, akıllı telefon kullanan üniversite öğrencilerinin marka özdeşleşmesinin demografik değişkenler açısından incelenmesidir. Alanyazından elde edilen teorik açıklamalarla Şekil 1'deki araştırma modeli çizilmiştir. Araştırmada olasılığa dayalı örnekleme yöntemlerinden kümelere göre örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Kozak, 2015: 116). Oluşturulan anket formunda 5'li likert derecelemesinden yararlanılmıştır.

Anket formunda marka özdeşleşmesi, Sauer ve diğerleri (2012) tarafından geliştirilen geçerliliği ve güvenirliği kanıtlanmış 5 ifadeden oluşan bir ölçek ile belirlenmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik değişkenleri, yaş, cinsiyet, aile gelir durumu, gelen harçlık, akıllı telefon kullanma yılı, kullanılan GSM markası, ödenen fatura miktarı, internete girme miktarı ve telefon değişim sayısı olarak belirlenmiştir.

Şekil 1. Araştırma Modeli



Araştırma modeli doğrultusunda geliştirilen hipotezler:

H1: Öğrencilerin akıllı telefonlarının markasıyla özdeşleşme seviyeleri, demografik değişkenler açısından anlamlı bir farklılık gösterir.

H1a: Marka özdeşleşme seviyesi, cinsiyet açısından anlamlı farklılık gösterir.

H1b: Marka özdeşleşme seviyesi, yaş açısından anlamlı farklılık gösterir.

H1c: Marka özdeşleşme seviyesi, aile gelir durumu açısından anlamlı farklılık gösterir.

H1d: Marka özdeşleşme seviyesi, gelen harçlık bakımından anlamlı farklılık gösterir.

H1e: Marka özdeşleşme seviyesi, akıllı telefon kullanma yılı bakımından anlamlı farklılık gösterir.

H1f: Marka özdeşleşme seviyesi, telefon değişim sayısı bakımından anlamlı farklılık gösterir.

H1g: Marka özdeşleşme seviyesi, günlük internete girme saati bakımından anlamlı farklılık gösterir.

H1h: Marka özdeşleşme seviyesi, kullanılan GSM operatörü bakımından anlamlı farklılık gösterir.

H1i: Marka özdeşleşme seviyesi, ödenen GSM faturası bakımından anlamlı farklılık gösterir.

H1j: Marka özdeşleşme seviyesi, kullanılan akıllı telefon markası bakımından anlamlı farklılık gösterir.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Çok değişkenli istatistik teknikleri kullanılarak veri analizi yapılmıştır. Mahalanobis uzaklık değeri kullanılarak uç değerler belirlenmiş, böylece çok değişkenli normallik varsayımı sağlanmıştır (Alpar, 2013: 131). Çoklu sapan gözlemlerin belirlenmesinde t-testi yaklaşımı tercih edilmiştir. Gözlemleri çoklu sapan kabul etmek için Mahalanobis uzaklık değerinin parametre sayısını esas alan 0,001 anlamlık düzeyinde Ki-Kare değerinden büyük olması gerekir (Kalaycı, 2016: 212). Marka özdeşleşme değişkeni için 5 serbesti derecesinde, 0,001 anlam düzeyindeki Ki-kare değeri olan 20,515'den büyük olan çoklu sapan değer durumundaki gözlemler çıkarılmıştır (Laurencelle ve Dupuis, 2002: 19; Karasar, 2009: 270). Ölçekten, çoklu sapan değer durumunda olan uç değerler çıkarılması sonucunda, kullanılabilir durumda 205 anket üzerinden analizler yapılmıştır. Mahalanobis uzaklık değerleri küçükten büyüğe sıralandıktan sonra, [(anket no - 0.5) / n)] olasılık değerleri hesaplanmıştır. Marka özdeşleşmesi değişkeninin mahalanobis değeri ve olasılık değeri için (5 maddelik ölçek) hesaplanan korelasyon 0,850 olarak bulunmuştur. Ulaşılan korelasyon değerlerinin, Kalaycı'da (2016: 231) yer alan 5 serbesti derecesinde ve 0,010"daki kritik korelasyon katsayı değerleri olan 0,822'den büyük olmalıdır. Yapılan karşılaştırma sonucu (0,850 > 0,822), ölçekte elde edilen verilerin çok değişkenli normal dağılım gösterdiği kanaatine varılmıştır (Kalaycı, 2016: 212).

Anket formunu yanıtlayan katılımcının demografik özellikleri Tablo 1' verilmiştir. Katılımcılar 18-25 yaşları arasında, 156'sı erkek, 60'ının aile geliri 2001-3000 TL arasında, 111'ine aylık 0-500 TL arasında harçlık gelmekte, 100'ü 5 yıl ve üstünde akıllı telefon kullanmakta, 84'ü GSM şirketi olarak Vodafone'u tercih etmiş, 78'i aylık 0-30 TL fatura ödemekte, 73'ü günlük 3-4 saat internete girmekte ve 67'sinin ikinci akıllı telefonu kullandığı belirlenmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Dağılımı (N= 205)

Demografik Özellikler	Frekans	Yüzde %	Demografik Özellikler	Frekans	Yüzde %
Cinsiyet			**Yaş**		
Erkek	156	76,1	18	12	5,9
Kadın	46	22,4	19	35	17,1
Boş	3	1,5	20	72	35,1
Gelen Harçlık			21	48	23,4
0-500TL	111	54,1	22	15	7,3
501-1000TL	58	28,3	23	13	6,3
1001-1500TL	22	10,7	24	3	1,5
1501-2000TL	7	3,4	25	4	2
2001-2500TL	2	1	Boş	3	1,5
2501 ve üstü	2	1	**Ailenin Geliri**		
Boş	3	1,5	1000'den az	10	4,9
Akıllı Telefon Kullanma Yılı			1001-2000TL	57	27,8
1 yıldan az	6	2,9	2001-3000TL	60	29,3
1 yıl	3	1,5	3001-4000TL	29	14,1
2 yıl	16	7,8	4001-5000TL	24	11,7
3 yıl	22	10,7	5001-6000TL	7	3,4
4 yıl	55	26,8	6001TL üstü	15	7,3
5 yıl ve üstü	100	48,8	Boş	3	1,5
Boş	3	1,5	**Ödenen Fatura Miktarı**		
Kullanılan GSM Markası			0-30 TL	78	38
Turkcell	53	25,9	31-50 TL	75	36,6
Vodafone	84	41	51-80 TL	26	12,7
Turk Telekom (Avea)	61	29,8	81-120 TL	13	6,3
Boş	7	3,4	121 TL ve üstü	10	4,9
İnternete Girme Saati			Boş	3	1,5
1'den az	8	3,9	**Telefon Değişim Sayısı**		
1-2 saat	39	19	Hiç değişmedi	28	13,7
3-4 saat	73	35,6	2'nci telefonum	67	32,7
5-6 saat	46	22,4	3'üncü telefonum	44	21,5
7 saat ve üstü	36	17,6	4'üncü telefonum	31	15,1

Boş	3	1,5	5 ve daha fazla sayıda	32	15,6
			Boş	3	1,5

Araştırma kapsamında, katılımcılara kullandıkları akıllı telefon markası sorulmuştur. Tablo 2'de görüldüğü gibi, öğrencilerin 74'ü Samsung, 63'ü Apple, 16'sı LG ve 10'unun Huawei marka akıllı telefon kullandıkları belirlenmiştir. En çok tercih edilen ilk beş marka katılımcıların yaklaşık olarak % 80'ini oluşturmaktadır.

Tablo 2: Kullanılan Akıllı Telefon Markaları

Marka	**Frekans**	**Yüzde %**	**Marka**	**Frekans**	**Yüzde %**
Samsung	74	36,1	Vestel	3	1,5
Apple	63	30,7	Asus	2	1
LG	16	7,8	Microsoft	1	1
Huawei	10	4,9	Motorola	1	,5
General Mobile	9	4,4	Reeder	1	,5
Casper	5	2,4	Turkcell	1	,5
Sony	5	2,4	Vodafone	1	,5
Lenovo	4	2	Xiaomi	1	,5
HTC	3	1,5	Belirtmemiş	2	1
Nokia	3	1,5	**Toplam**	**205**	**100**

Tablo 3'de görüldüğü gibi marka özdeşleşmesi değişkenini oluşturan ifadelere ait betimleyici istatistikler verilmiştir. Katılımcılar, "kullandıkları akıllı telefon markalarına karşı çok güçlü olumlu duygular hissediyorum" şeklindeki ifadeyi en yüksek, "kullandıkları akıllı telefonun markasının benim için çok büyük bir kişisel anlamı var" şeklindeki ifadeye de en düşük oranda katılmaktadır.

Tablo 3: Marka Özdeşleşmesi Betimleyici İstatistikleri (N=205)

Marka Özdeşleşmesi	**Ortalama**	**Std. Sapma**
1. Kullandığım cep telefonumun markasına karşı çok güçlü olumlu duygular hissediyorum	3.33	1.25
2. Kullandığım cep telefonumun markasıyla güçlü bir şekilde özdeşleştiğimi hissediyorum	3.24	1.27
3. Kullandığım cep telefonumun markası, duygularımı temsil ediyor	2.65	1.24
4. Kullandığım cep telefonumun markası benim bir parçam gibidir	2.65	1.44
5. Kullandığım cep telefonumun markasının benim için çok büyük bir kişisel anlamı var	2.50	.143
Ortalama Marka Özdeşleşmesi	2.88	1.17

Marka Özdeşleşmesi Güvenirlik Analizi: Güvenirlik, bir ölçme aracında yer alan bütün maddelerin bir biri ile tutarlılığını, ele alınan oluşumu ölçmedeki türdeşliğini ortaya koyan bir kavramdır. Güvenirliğin hesaplanmasında, yaygın olarak, tek uygulamaya dayanan Cronbach's Alpha yönetimi kullanılmaktadır. Güvenirlik analizinde irdelenen bir diğer katsayı grubu ise, madde bütün korelasyon değeridir. Madde bütün korelasyon değeri; "bir ifade ile ölçekteki diğer soruların toplamından oluşan bütün arasındaki korelasyon değeridir. Madde bütün korelasyon değeri 0,250 değerinin altında olan sorular analizden çıkarılır" (Alpar, 2013: 848).

Tablo 4: Marka Özdeşleşme Ölçeğinin Güvenilirliğine İlişkin Bulgular

	Madde Silindiğinde Oluşan Madde Ortalaması	Madde Silindiğinde Oluşan Varyans Ortalaması	Madde Bütün Korelasyon Değer	Madde Silindiğinde Oluşan Cronbach's Alpha Değeri
Marka Özdeşleşmesi 1	11,068	20,887	,567	.866
Marka Özdeşleşmesi 2	11,151	19,315	,721	,830
Marka Özdeşleşmesi 3	11,741	19,320	,746	,825

Marka Özdeşleşmesi 4	11,746	18,122	,711	,832
Marka Özdeşleşmesi 5	11,892	18,253	,707	,833
Toplam ölçeğin Cronbach's Alpha Değeri			0,866	
Ölçeğin ilk yarısı için Cronbach's Alfa			0,833	
Ölçeğin ikinci yarısı için Cronbach's Alfa			0,882	
Ölçeğin madde bütün korelasyon değeri aralığı			0,567 - 0,746	
En küçük ve büyük çoklu R^2 değeri			0,545 - 0,684	

Çalışmada, marka özdeşleşmesi güvenirlik analizine alınmıştır. Marka özdeşleşmesi değişkenine ilişkin güvenirlik analizi sonuçları Tablo 4'de sunulmuştur. Güvenirlik analizi; ölçeğin tamamına ve ölçeği ikiye bölmeye göre Cronbach's Alpha değerlerine bakılarak gerçekleştirilmiştir. Ayrıca güvenirlik analizinde, madde silindiğinde oluşan madde ortalaması, varyans ortalaması, madde bütün korelasyon ve madde silindiğinde oluşan Cronbach's Alpha değerleri de incelenmiştir.

Marka özdeşleşmesi ölçeğinin güvenilirliğine ilişkin bulgular incelendiğinde; 5 maddeden oluşan ölçeğin toplam Cronbach's Alpha değerinin 0,866, ilk yarısı için Cronbach's Alfa değerinin 0,833, ikinci yarısı için Cronbach's Alfa değerinin 0,882 olduğu ve madde bütün korelasyon değerlerinin 0,250'den büyük 0,567-0,746 arasında değiştiği görülmüştür. Sonuç olarak, marka özdeşleşme ölçeğinin alfa katsayılarına bakıldığında yüksek derecede güvenilir olduğu kanaatine varılmıştır (Kalaycı, 2016: 412).

Marka Özdeşleşmesi Faktör Analizi: Marka özdeşleşmesi ölçeğinin yapı geçerliliğinin sınanabilmesi için faktör analizi uygulanmıştır. Verilerin faktör analizine uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett Sphericity testi ile incelenmiştir. KMO değeri 0,766'dır. Barlett Sphericity testi sonuçları da anlamlıdır (x2=584,425; p<0,000). Her iki test sonucuna bakıldığında, marka özdeşleşmesi ölçeğine ilişkin verilere faktör analizi yapılmasının uygun olacağı görülmüştür. Tablo 5'de görüldüğü gibi, faktör analizi sonucunda özdeğeri birden büyük tek boyut belirlenmiştir. Belirlenen tek boyut toplam varyansın % 65,469'unu açıklamaktadır.

Tablo 5: Marka Özdeşleşmesi Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

FAKTÖRLER	Eşkökenlilik	Yükü	Öz Değeri	Varyans %	Ortalama	Güvenirlik
MARKA ÖZDEŞLEŞMESİ			3,273	65,469	2,880	,866
Marka Özdeşleşmesi 1	,512	,716				
Marka Özdeşleşmesi 2	,692	,832				
Marka Özdeşleşmesi 3	,722	,850				
Marka Özdeşleşmesi 4	,675	,821				
Marka Özdeşleşmesi 5	,673	,820				

Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: % 76
Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 584,425; s.d.: 10; p<0,0001
Açıklanan toplam varyans: % 65,469
Ölçek: 1-5 arası

Marka Özdeşleşmesinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi: Cinsiyete göre marka özdeşleşme seviyeleri arasında fark olup olmadığı t-testi ile yapılmıştır. Tablo 6'da görüldüğü gibi marka özdeşleşme seviyeleri cinsiyete göre anlamlı (0,022) bir farklılık göstermektedir. Erkeklerin akıllı telefon markalarıyla olan özdeşleşme seviyeleri kadınlardan yüksektir. Buna göre, "marka özdeşleşme seviyesi, cinsiyet açısından anlamlı farklılık gösterir" şeklindeki H1a kabul edilmiştir.

Tablo 6: Cinsiyete Göre Marka Özdeşleşmesi t-testi Sonuçları

	N	Ortalama	F değeri	Anlamlılık
Erkek	156	2,879	5,351	,022
Kadın	46	2,847		

Yaşa göre marka özdeşleşme seviyeleri arasında fark olup olmadığı bağımsız örneklem tek yönlü varyans (ANOVA) ve Post Hoc testleriyle yapılmıştır. Tablo 7'de görüldüğü gibi marka özdeşleşme seviyeleri yaşa (18-25

arası) göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Buna göre, "marka özdeşleşme seviyesi, yaş açısından anlamlı farklılık gösterir" şeklindeki H1b kabul edilmemiştir.

Tablo 7: Yaşa Göre Marka Özdeşleşmesi ANOVA Testi Sonuçları

Yaş	Kareler Toplamı (Sum of Squares)	Serbestlik Derecesi (df)	Karelerin Ortalaması (Mean Square)	F değeri	Anlamlılık	Farklar (PostHoc Test)
Gruplar Arası (Between Groups)	2,983	7	,426	,363	,923	Yok
Grup İçi (Within Groups)	227,682	194	1,174			
Toplam	230,665	201				

Aile aylık gelirine göre marka özdeşleşme seviyeleri arasında fark olup olmadığı ANOVA testiyle yapılmıştır. Tablo 8'de görüldüğü gibi marka özdeşleşme seviyeleri aile aylık gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Buna göre, "marka özdeşleşme seviyesi, aile gelir durumu açısından anlamlı farklılık gösterir" şeklindeki H1c kabul edilmemiştir.

Tablo 8: Aile Aylık Gelir Durumuna Göre Marka Özdeşleşmesi ANOVA Testi Sonuçları

Yaş	Kareler Toplamı (Sum of Squares)	Serbestlik Derecesi (df)	Karelerin Ortalaması (Mean Square)	F değeri	Anlamlılık	Farklar (PostHoc Test)
Gruplar Arası (Between Groups)	8,645	6	1,441	1,266	,275	Yok
Grup İçi (Within Groups)	222,019	195	1,139			
Toplam	230,665	201				

Öğrencilerin harçlık miktarına göre marka özdeşleşme seviyeleri arasında fark olup olmadığı ANOVA testiyle yapılmıştır. Tablo 9'da görüldüğü gibi marka özdeşleşme seviyeleri harçlık miktarına göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Buna göre, "marka özdeşleşme seviyesi, gelen harçlık bakımından anlamlı farklılık gösterir" şeklindeki H1d kabul edilmemiştir.

Tablo 9: Harçlık Bakımından Marka Özdeşleşmesi ANOVA Testi Sonuçları

Yaş	Kareler Toplamı (Sum of Squares)	Serbestlik Derecesi (df)	Karelerin Ortalaması (Mean Square)	F değeri	Anlamlılık	Farklar (PostHoc Test)
Gruplar Arası (Between Groups)	2,583	5	,517	,444	,817	Yok
Grup İçi (Within Groups)	228,081	196	1,164			
Toplam	230,665	201				

Akıllı telefon kullanma yılına göre marka özdeşleşme seviyeleri arasında fark olup olmadığı ANOVA testiyle yapılmıştır. Tablo 10'da görüldüğü gibi marka özdeşleşme seviyeleri akıllı telefon kullanma yılına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. 1 yıldır akıllı telefon kullanan öğrencilerin marka özdeşleşme seviyeleri, 5 yıldır kullananlara göre daha yüksektir. Buna göre, "marka özdeşleşme seviyesi, akıllı telefon kullanma yılı bakımından anlamlı farklılık gösterir" şeklindeki H1e kabul edilmiştir.

Tablo 10: Akıllı Telefon Kullanma Yılına Göre Marka Özdeşleşmesi ANOVA Testi Sonuçları

Yaş	Kareler Toplamı (Sum of Squares)	Serbestlik Derecesi (df)	Karelerin Ortalaması (Mean Square)	F değeri	Anlamlılık	Farklar (PostHoc Test)
Gruplar Arası (Between Groups)	12,878	5	2,576	2,318	,045	1 – 5 yıl arasında (1 yüksek)
Grup İçi (Within Groups)	217,787	196	1,111			
Toplam	230,665	201				

Akıllı telefon değiştirme sayısına göre marka özdeşleşme seviyeleri arasında fark olup olmadığı ANOVA testiyle yapılmıştır. Tablo 11'de görüldüğü gibi marka özdeşleşme seviyeleri akıllı telefon değiştirme sayısına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. 5 defa akıllı telefon değiştiren öğrencilerin marka özdeşleşme seviyeleri, 2 defa değiştirenlere göre daha yüksektir. Buna göre, "marka özdeşleşme seviyesi, akıllı telefon değiştirme sayısına göre anlamlı farklılık gösterir" şeklindeki H1f kabul edilmiştir.

Tablo 11: Akıllı Telefon Değiştirme Sayısına Göre Marka Özdeşleşmesi ANOVA Testi Sonuçları

	Kareler Toplamı (Sum of Squares)	Serbestlik Derecesi (df)	Karelerin Ortalaması (Mean Square)	F değeri	Anlamlılık	Farklar (PostHoc Test)
Gruplar Arası (Between Groups)	19,275	4	4,819	4,491	,002	2 - 5 yıl arasında (5 yüksek)
Grup İçi (Within Groups)	211,390	197	1,073			
Toplam	230,665	201				

Günlük internete girme saatine göre marka özdeşleşme seviyeleri arasında fark olup olmadığı ANOVA testiyle yapılmıştır. Tablo 12'de görüldüğü gibi marka özdeşleşme seviyeleri internete girme saatine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Buna göre, "marka özdeşleşme seviyesi, günlük internete girme saati bakımından anlamlı farklılık gösterir" şeklindeki H1g kabul edilmemiştir.

Tablo 12: Günlük İnternete Girme Saatine Göre Marka Özdeşleşmesi ANOVA Testi Sonuçları

	Kareler Toplamı (Sum of Squares)	Serbestlik Derecesi (df)	Karelerin Ortalaması (Mean Square)	F değeri	Anlamlılık	Farklar (PostHoc Test)
Gruplar Arası (Between Groups)	8,796	4	2,199	1,953	,103	Yok
Grup İçi (Within Groups)	221,868	197	1,126			
Toplam	230,665	201				

Kullanılan GSM operatörüne göre marka özdeşleşme seviyeleri arasında fark olup olmadığı ANOVA testiyle yapılmıştır. Tablo 13'de görüldüğü gibi marka özdeşleşme seviyeleri kullanılan GSM operatörüne göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Buna göre, "marka özdeşleşme seviyesi, kullanılan GSM operatörü bakımından anlamlı farklılık gösterir" şeklindeki H1h kabul edilmemiştir.

Tablo 13: Kullanılan GSM Operatörüne Göre Marka Özdeşleşmesi ANOVA Testi Sonuçları

	Kareler Toplamı (Sum of Squares)	Serbestlik Derecesi (df)	Karelerin Ortalaması (Mean Square)	F değeri	Anlamlılık	Farklar (PostHoc Test)

Gruplar Arası (Between Groups)	2,068	2	1,034	,892	,411	Yok
Grup İçi (Within Groups)	225,999	195	1,159			
Toplam	228,066	197				

Aylık GSM faturasına göre marka özdeşleşme seviyeleri arasında fark olup olmadığı ANOVA testiyle yapılmıştır. Tablo 14'de görüldüğü gibi marka özdeşleşme seviyeleri aylık GSM faturasına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. 120 TL ve üstünde aylık GSM faturası ödeyenlerin, 0-30 TL ödeyenlere göre marka özdeşleşme seviyeleri daha yüksektir. Buna göre, "marka özdeşleşme seviyesi, ödenen GSM faturası bakımından anlamlı farklılık gösterir" şeklindeki H1i kabul edilmiştir.

Tablo 14: Aylık GSM Faturasına Göre Marka Özdeşleşmesi ANOVA Testi Sonuçları

	Kareler Toplamı (Sum of Squares)	Serbestlik Derecesi (df)	Karelerin Ortalaması (Mean Square)	F değeri	Anlamlılık	Farklar (PostHoc Test)
Gruplar Arası (Between Groups)	17,675	4	4,419	4,087	,003	1 – 5 arasında (5 yüksek)
Grup İçi (Within Groups)	212,989	197	1,081			
Toplam	230,665	201				

Kullanım oranı en yüksek ilk dört markaya göre marka özdeşleşme seviyeleri arasında fark olup olmadığı ANOVA testiyle yapılmıştır. Tablo 15'de görüldüğü gibi marka özdeşleşme seviyeleri en çok tercih edilen dört markaya (Samsung, Apple, LG ve Huawei) göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Apple ve Samsung marka kullananlar arasında, Apple'ın marka özdeşleşme seviyesi Samsung'a göre anlamlı seviyede yüksektir. Diğer taraftan, Apple ve LG marka kullananlar arasında, Apple'ın marka özdeşleşme seviyesi LG'ye göre anlamlı seviyede yüksektir. Buna göre, "marka özdeşleşme seviyesi, kullanılan akıllı telefon markası bakımından anlamlı farklılık gösterir" şeklindeki H1j kabul edilmiştir.

Tablo 15: Kullanım Oranı En Yüksek İlk Dört Markaya Göre Marka Özdeşleşmesi ANOVA Testi Sonuçları

	Kareler Toplamı (Sum of Squares)	Serbestlik Derecesi (df)	Karelerin Ortalaması (Mean Square)	F değeri	Anlamlılık	Farklar (PostHoc Test)
Gruplar Arası (Between Groups)	12,306	3	4,102	3,927	,010	Apple-Samsung arasında (Apple büyük)
Grup İçi (Within Groups)	166,085	159	1,045			
Toplam	178,391	162				Apple-LG arasında (Apple büyük)

5. SONUÇ

Araştırmanın amacı, akıllı telefon kullanan üniversite öğrencilerinin marka özdeşleşme seviyelerinin incelenerek bazı demografik değişkenler açısından fark olup olmadığını ortaya koymaktır. Araştırma sonuçlarına göre; öğrencilerin marka özdeşleşme seviyeleri cinsiyetlerine, kullanma yılına, değiştirme sayısına, GSM fatura miktarına ve akıllı telefonlarının markasına göre anlamlı şekilde değiştiğinden "öğrencilerin akıllı telefonlarının markasıyla özdeşleşme seviyeleri, demografik değişkenler açısından anlamlı farklılık gösterir" şeklindeki hipotez kabul edilmiştir. Diğer taraftan, öğrencilerin marka özdeşleşme seviyeleri yaşa, aile aylık gelir durumuna, harçlık bakımından, günlük internete girme saatine ve kullanılan GSM operatörüne göre anlamlı şekilde değişmediği belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında oluşturulan hipotezlerin kabul veya kabul edilmemesine ilişkin sonuçlar Tablo 16'da verilmiştir. Buna göre, akıllı telefon kullanıma yeni başlayan, daha çok sayıda akıllı telefon değiştiren, çok kullanım nedeniyle daha fazla fatura ödeyen ve Apple marka telefonu olan erkeklerin marka özdeşleşme seviyelerinin yüksek olduğu anlaşılmıştır. Farklılığı oluşturan demografik etkenler incelendiğinde, özellikle nitel verilere ilişkin değişkenler oldukları anlaşılmaktadır. Bu sonuç, tüketicilerle markalar arasındaki özdeşleşmenin duygusal bağlar tarafından yönetildiğini ve aynı zamanda bu duygusal bağların şiddetini de ortaya koymaktadır. Diğer taraftan marka özdeşleşme seviyeleri bakımından anlamlı fark olmayan demografik değişkenler incelendiğinde; aile ve kendisinin gelir durumunun, internete giriş saati veya GSM operatörünün markası gibi duygusal tarafları olmayan, özellikle nicel verilere ilişkin farklar oldukları anlaşılmaktadır.

Tablo 16: Hipotezlerin Kabul Edilme Durumu

Hipotez	Sonuç
H1: Öğrencilerin akıllı telefonlarının markasıyla özdeşleşme seviyeleri, demografik değişkenler açısından anlamlı bir farklılık gösterir	Kabul Edilmiştir
H1a: Marka özdeşleşme seviyesi, cinsiyet açısından anlamlı farklılık gösterir (erkeklerin özdeşleşme seviyesi yüksek)	Kabul Edilmiştir
H1b: Marka özdeşleşme seviyesi, yaş açısından anlamlı farklılık gösterir	Kabul Edilmemiştir
H1c: Marka özdeşleşme seviyesi, aile gelir durumu açısından anlamlı farklılık gösterir	Kabul Edilmemiştir
H1d: Marka özdeşleşme seviyesi, gelen harçlık bakımından anlamlı farklılık gösterir	Kabul Edilmemiştir
H1e: Marka özdeşleşme seviyesi, akıllı telefon kullanma yılı bakımından anlamlı farklılık gösterir (akıllı telefon kullanmaya yeni başlayanların özdeşleşme seviyeleri yüksek)	Kabul Edilmiştir
H1f: Marka özdeşleşme seviyesi, telefon değişim sayısı bakımından anlamlı farklılık gösterir (daha çok akıllı telefon değiştirenlerin özdeşleşme seviyeleri yüksek)	Kabul Edilmiştir
H1g: Marka özdeşleşme seviyesi, günlük internete girme saati bakımından anlamlı farklılık gösterir	Kabul Edilmemiştir
H1h: Marka özdeşleşme seviyesi, kullanılan GSM operatörü bakımından anlamlı farklılık gösterir	Kabul Edilmemiştir
H1i: Marka özdeşleşme seviyesi, ödenen GSM faturası bakımından anlamlı farklılık gösterir (faturası yüksek olanların özdeşleşme seviyeleri yüksek)	Kabul Edilmiştir
H1j: Marka özdeşleşme seviyesi, kullanılan akıllı telefon markası bakımından anlamlı farklılık gösterir (Apple kullananların özdeşleşme seviyeleri, Samsung ve LG kullananlara göre yüksek)	Kabul Edilmiştir

KAYNAKÇA

Adıgüzel, O., Batur, Z., & Ekşili, N. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü Ve Y Kuşagı İle Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisiyıl, 1(19), 165-181.

Aktaş, H., & Yılmaz, N. (2017). Üniversite Gençlerinin Yalnızlık Ve Utangaçlık Unsurları Açısından Akıllı Telefon Bağımlılığı. İnternational Journal Of Social Sciences And Education Research, 3(1), 85-100.

Alnawas, I., & Altarifi, S. (2016). Exploring The Role Of Brand İdentification And Brand Love İn Generating Higher Levels Of Brand Loyalty. Journal Of Vacation Marketing, 22(2), 111-128.

Alpar, R. (2013). Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler. Ankara.

Augusto, M., & Torres, P. (2018). Effects Of Brand Attitude And Ewom On Consumers' Willingness To Pay İn The Banking İndustry: Mediating Role Of Consumer-Brand İdentification And Brand Equity. Journal Of Retailing And Consumer Services, 42, 1-10.

Balaji, M., Roy, S. K., & Sadeque, S. (2016). Antecedents And Consequences Of University Brand İdentification. Journal Of Business Research, 69, 3023-3032.

Becerra, E. P., & Badrinarayanan, V. (2013). The İnfluence Of Brand Trust And Brand İdentification On Brand Evangelism. Journal Of Product & Brand Management, 22(5), 371-383.

Berrozpe A, Campo S., Yague J. M. (2017). Am I Ibiza? Measuring brand identification in the tourism context, Journal of Destination Marketing & Management, 1-11

Bulduklu, Y., & Özer, N. P. (2016). Gençlerin Akıllı Telefon Kullanım Motivasyonları. İnsan Ve Toplum Bilimleri

Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2017). Identity Shift Effects Of Self-Presentation And Confirmatory And Disconfirmatory Feedback On Self-Perceptions Of Brand İdentification. Media Psychology, 1-27. Doi:10.1080/15213269.2017.1396228

Coelho, P. S., Rita, P., & Santos, Z. R. (2018). On The Relationship Between Consumer-Brand İdentification, Brand Community, And Brand Loyalty. Journal Of Retailing And Consumer Servis, 43, 101-110.

Çakır, F., & Demir, N. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Telefon Satın Alma Tercihlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 29(1), 213-243.

Davvetas, V., & Diamantopoulos, A. (2017). Regretting Your Brand-Self?" The Moderating Role Of Consumer-Brand İdentification On Consumer Responses To Purchase Regret. Journal Of Business Research, 80, 218-227.

Elbedweihy, A. M., Jayawardhena, C., Elsharnouby, M. H., & Elsharnouby, T. H. (2016). Customer Relatinoship Building: The Role Of Brand Attractiveness And Consumer-Brand İdentification. Journal Of Business Research, 69, 2901-2910.

İnternet Erişimi (10.05.2018). Http://Bardonos.Com/Blog/Turkiyede-Rakamlarla-Akilli-Telefon-Kullanimi. Http://Bardonos.Com.

İnternet Erişimi (11.06.2018). dijitalajanslar.com.

İnternet erişimi (20.05.2018) newzoo.com.

Jankovic, B., M. N., Vukonjanski, J., & Terek, E. (2016). The İmpact Of Facebook And Smart Phone Usage On The Leisure Activities And College Adjustment Of Students İn Serbia. Computers İn Human Behavior, 55, 354-363.

Kalaycı, Ş. (2016). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Ankara.

Karasar, N. (2009). Bilimsel Araştırma Yöntemi Kavramlar İlkeler Teknikler. Ankara: Nobel Yayın.

Kim, K., Milne, G. R., & Bahl, S. (2018). Smart Phone Addiction And Mindfulness: An İntergenerational Comparison. International Journal Of Pharmaceutical And Healthcare Marketing, 12(1), 25-43.

Kozak, M. (2015). Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kucharska, W. (2017). Consumer Social Network Brand İdentification And Personal Branding. How Do Social Network Users Choose Among Brand Sites. Cogent Business & Management, 4, 1-19.

Kumar, V., & Kaushik, A. K. (2017). Achieving Destination Advocacy And Destination Loyalty Through Destination Brand İdentification. Journal Of Travel & Tourism Marketing, 34(9), 1247-1260.

Kuyucu, M. (2017). Gençlerde Akıllı Telefon Kullanımı Ve Akıllı Telefon Bağımlılığı Sorunsalı: "(Akıllı Telefon Kolik)" Üniversite Gençliği. Global Media Journal TR Edition, 7(14), 320-351.

Laurencelle, L. & Dupuis F. (2002). Statistical tables, explained and applied, River Edge, SG: World Scientific Publishing.

Minaz, A., & Bozkurt, Ö. Ç. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Teleon Bağımlılık Düzeylerinin Ve Kullanım Amaçlarının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(21), 266-286.

Nikhashemi S.R., Paim L., Osman S. & Sidin S. (2017). The Significant Role of Customer Brand Identificaiton Towards Brand Loyalty Development an Empirical Study Among Malaysian Hypermarkets Customer. Social and Behavioral Science, 207, 182-188.

Palmer, A., Lewis, N. K., & Asaad, Y. (2016). Brand İdentificaiton İn Higher Education. A Conditional Process Analysis. Journal Of Business Research, 69, 3033-3040.

Pinto, M. R. (2017). Investigating The Influencers Of Materialism İn Adolescence. Tourism & Management Studies. Tourism & Management Studies, 1(13), 66-74.

Popp, B., & Woratschek, H. (2017). Consumers' Relationships With Brands And Brand Communities – The Multifaceted Roles Of İdentification And Satisfaction. Journal Of Retailing And Consumer Services, 35, 46-56.

Rather, R. A. (2018). Investigating The İmpact Of Customer Brand İdentification On Hospitality Brand Loyalty: A Social İdentity Perspective. Journal Of Hospitality Marketing & Management, 27(5), 487-513.

Sauer, N. S., Ratneshwar, S. & Sankar S. (2012). Drivers of consumer–brand identification. Intern. J. of Research in Marketing, 29, 406-418.

So, K. K., King, C., Hudson, S., & Meng, F. (2017). The Missing Link İn Building Customer Brand İdentification: The Role Of Brand Attractiveness. Tourism Management, 640-651.

Loureiro S. M., Lopes R., Kaufmann H. R, (2014). How brand personality, brand identification and service quality influence service brand equity, Cogent Business & Management, 1,1-12.

Tan, Ç., Pamuk, M., & Dönder, A. (2013). Loneliness And Mobile Phone. Procedia-Social And Behavioral Sciences, 606-611.

Tatlı, H. (2015). Akıllı Telefon Seçiminin Belirleyicileri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 549-567.

Tokgöz, E., & Seymen, O. A. (2013). Örgütsel Güven, Örgütsel Özdeşleşme Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki: Bir Devlet Hastanesinde Araştırma. Öneri Dergisi, 39, 61-67.

Tuškej, U., & Podnar, K. (2018). Consumers' İdentification With Corporate Brands: Brand Prestige, Anthropomorphism And Engagement İn Social Media. Journal Of Product And Brand Management, 27(1), 3-17.

Vassilakaki, E., Moniarou-Papaconstantinou, V., & Garoufallou, E. (2016). Identifying The Uses Of Mobile Technology Among Library And Information Science. Program, 50(4), 417-430.

Yeh, C.-H., Wang, Y.-S., & Yieh, K. (2016). Pedicting Smartphone Brand Loyality: Consumer Value And Consumer Brand İdentificaiton Perspectives. International Journal Of Information Managmenet, 36, 245-257.

Yayak Aslı, (2017). Göçmenlerin Ayrımcılık Algıları ile Özdeşleşme Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:0, Sayı: 3 557-576.

Yusufoğlu, Ö. Ş. (2017). Boş Zaman Faaliyeti Olarak Akıllı Telefonlar Ve Sosyal Yaşam Üzerine Etkileri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 6(5).

Tesbih Ağacı Tohumlarının Yetiştiriciliğinde Atık Su Arıtma Suyunun Değerlendirilmesi

Dr. Öğr. Üyesi Özgür Kahraman[1] **Doç. Dr. Elif Bozdoğan Sert[2]**

[1]Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Terzioğlu Yerleşkesi, 17020, Çanakkale, Türkiye, e-mail: ozgurkahraman@comu.edu.tr

[2]İskenderun Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Merkez Kampüs, 31200, İskenderun, Hatay, Türkiye, e-mail: elif.bozdogansert@iste.edu.tr

Özet: Kırsal alanlardan kentlere göçler, nüfus artışı, endüstriyel gelişmeler ve tüketim alışkanlıkları atık su miktarını her geçen gün arttırmaktadır. Atık sular kanalizasyon sistemleri ile toplanarak atık su arıtma tesislerinde arıtılmakta ve arıtım sonrası atık sudan atık su arıtma çamuru ve atık su arıtma suyu oluşmaktadır. Atık su arıtma suları dere, çay, akarsu, deniz ve göl gibi alıcı ortamlara boşaltılmaktadır. Atık su arıtma suyu sanayide, itfaiyecilikte ve tarımsal alanlarda tekrar kullanılabilmektedir. Atık su arıtma suyunun farklı alanlarda tekrar kullanımı temiz su kaynaklarının korunmasına katkı sağlamaktadır. Bu çalışma atık su arıtma suyunun Tesbih ağacı tohumlarının yetiştiriciliğinde ve çimlendirilmesinde kullanım imkânını belirlemek için 2017 Ağustos-Aralık ayları arasında yürütülmüştür. Denemede ortalama meyve çapı 12.41 mm olan Tesbih ağacı tohumları kullanılmıştır. Tohumlar torf + Hindistan cevizi lifi + perlit (1:1:1) karışımlarına ekilmiş. Ekim sonrası tohumlar % 100 musluk suyu, % 50 atık su arıtma suyu + % 50 musluk suyu ve % 100 atık su arıtma suyu ile sulanmıştır. Deneme tesadüf parselleri deneme desenine göre üç tekrarlı kurulmuştur. İstatiksel analizler sonucunda; sulama sularının pH, EC, kök ağırlığı ve dal sayısı üzerine etkisi önemli bulunmuştur. En yüksek pH ve EC % 100 atık su arıtma suyu ile sulanan bitkilerden elde edilmiştir. En yüksek kök ağırlığı ve dal sayısı ise % 100 musluk suyunda gerçekleşmiştir. Kök uzunluğu, gövde çapı, bitki boyu, bitki çapı, bitki ağırlığı ve yaprak sayısı bakımından sulama suları arasındaki fark önemsiz çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Atık Su Arıtma Suyu, Tekrar Kullanım, *Melia azedarach*, Sulama, Süs Bitkileri

The Assessment of Treated Wastewater in Chinaberry Seeds Cultivation

Assist. Prof. Dr. Özgür Kahraman[1] **Assoc. Prof. Dr. Elif Bozdoğan Sert[2]**

[1]Canakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Architecture and Design, Department of Landscape Architecture, Terzioglu Campus, 17020, Canakkale, Turkey, e-mail: ozgurkahraman@comu.edu.tr

[2]İskenderun Technical University, Faculty of Architecture, Department of Landscape Architecture, Center Campus, 31200, İskenderun, Hatay, Turkey, e-mail: elif.bozdogansert@iste.edu.tr

Abstract: Migrations from rural areas to urban areas, population growth, industrial development and consumption patterns increase the amount of wastewater day by day. Wastewater collected by sewer system is refined at wastewater treatment plant. After treatment, sewage sludge and treated wastewater are formed from wastewater. Treated wastewater are drained to receiving environments such as creeks, streams, rivers, sea and lakes. This water can be reused in industry, firefighting and agricultural areas. Reuse of treated wastewater in different areas contributes to the protection of clean water resources. This study was carried out between August-December 2017 to determine the possibility of using treated wastewater in Chinaberry cultivation and germination. Chinaberry seeds with an average fruit diameter of 12.41 mm were used in the experiment. The seeds were planted in peat + cocopeat + perlite (1: 1: 1) mixtures. After planting, the seeds were irrigated with 100% tap water, 50% treated wastewater + 50% tap water and 100% treated wastewater. The trial was set up according to randomized plot design with 3 replications. As a result of statistical analyzes; the effect of irrigation water on pH, EC, root weight and branch number was found to be significiant. The highest pH and EC were obtained from 100% treated wastewater. The highest root weight and branch number were realised in 100% tap water. The difference between irrigation treatments in terms of root length, stem diameter, plant height, plant diameter, plant weight and leaf number was insignificant.

Keywords: Treated Wastewater, Reuse, *Melia azedarach*, Irrigation, Ornamental Plants

1. GİRİŞ

Hızlı nüfus artışı, endüstriyel gelişmeler, kırsal alanlardan kentsel alanlara göçler, yüzey ve yer altı sularının kirlenmesi, kuraklık, su kaynakları dağılımının düzensizliği temiz su kaynaklarının önemini gün geçtikçe arttırmıştır. Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de meydana gelen dönemsel kuraklıklar sebebiyle bitkisel üretimde iyi kaliteli su kullanımı yerine atık su arıtma suyu gibi alternatif su kaynaklarının devreye sokulması önem taşımaktadır (EPA, 2004; Karataş vd., 2005; Kahraman vd. 2017). Atık su arıtma suyu Suudi Arabistan, Çin,

Avusturalya ve ABD gibi ülkelerde tarımsal alanlar ile yeşil alanlarda tekrar kullanılabilmektedir (EPA, 2004; FDEP, 2002; Al-Jasser, 2011; Chang, 2012). Atık su arıtma suları sulama dışında tuvalet sifonlarında, sanayide ürün işlemede ve itfaiyecilikte yangın söndürmede tekrar kullanılabilmektedir. Atık su miktarı kentsel nüfus artışı ve endüstriyel gelişmeler nedeniyle her yıl artış göstermektedir. 2016 yılında Türkiye'de belediyeler tarafından kanalizasyon şebekesi ile 4.5 milyar m^3 atıksu toplanmıştır. Toplanan atık suların % 85.7'sinin atık su arıtma tesislerinde arıtıldığı, % 14.3'lük kısmın ise herhangi bir arıtma işleminden geçmediği görülmüştür. Arıtım sonrası atık su arıtma suları genellikle deniz, akarsu, baraj, göl-gölet, arazi gibi alıcı ortamlara boşaltılmıştır (TÜİK, 2017). Tarımsal sulamada değerlendirilen atık su arıtma suları içeriğindeki azot, fosfor ve potasyum gibi besin elementleri nedeniyle bitkisel üretimde ihtiyaç duyulan gübre miktarını düşürebilmekte hatta ortadan kaldırabilmektedir (Kukul vd., 2007). Atık su arıtma suyunun çevreye zarar vermeden sürdürülebilir şekilde tarımsal sulamada kullanılabilmesi için içeriğinin belirli seviyeler altında olması gerekir. 27527 sayılı "Atıksu Arıtma Tesisleri Teknik Usuller Tebliği"ne göre sulama sularında izin verilen maksimum ağır metal ve toksik elementlerin konsantrasyonları Tablo 1'de gösterildiği gibi belirlenmiştir (Anonim, 2010).

Tablo 1: Sulama sularında izin verilebilen maksimum ağır metal ve toksik elementlerin konsantrasyonları

Elementler	Birim alana verilebilecek maksimum toplam miktarlar (kg/ha)	Her türlü zeminde sürekli sulama yapılması durumunda sınır değerler (mg/l)	pH değeri 6,0-8,5 arasında olan killi zeminlerde 24 yıldan daha az sulama yapıldığında (mg/l)
Alüminyum (Al)	4600	5.0	20.0
Arsenik (As)	90	0.1	2.0
Berilyum(Be)	90	0.1	0.5
Bor (B)	680	-	2.0
Kadmiyum (Cd)	9	0.01	0.05
Krom (Cr)	90	0.1	1.0
Kobalt (Co)	45	0.05	5.0
Bakır (Cu)	190	0.2	5.0
Florür (F)	920	1.0	15.0
Demir (Fe)	4600	5.0	20.0
Kurşun (Pb)	4600	5.0	10.0
Lityum (Li)[1]	-	2.5	2.5
Manganez (Mn)	920	0.2	10.0
Molibden (Mo)	9	0.01	0.05[1]
Nikel (Ni)	920	0.2	2.0
Selenyum (Se)	16	0.02	0.02
Vanadyum (V)	-	0.1	1.0
Çinko (Zn)	1840	2.0	10.0

[2]Yalnız demir içeriği fazla olan asitli killi topraklarda izin verilen konsantrasyondur.

Kaynak: Anonim (2010)

Bitkisel üretimde sulama suyu olarak kullanılacak atık su arıtma suyunun pH ve EC değerlerine de dikkat edilmelidir. Yüksek EC değerleri toprak yapısının bozulmasına, tuzlulaşmaya neden olabilmektedir. Uzun dönem sulama amaçlı atık su arıtma su kullanımı toprakta toksik maddeler ile bazı elementlerin birikimine neden olabilmektedir. Atık su arıtma suyunun kullanıldığı alanlar izlenip, bu alanlardaki toksik madde ve ağır metal birikimi takip edilmelidir. Yasal düzenlemeler çerçevesinden çıkıldığında uygulmalara son verilmelidir. Bu alanlarda yetişen bitkilerin pH, EC, ağır metal ve toksik elementlere karşı gösterdikleri tepki ve tolerans türlere göre farklılık göstermektedir. Bu çalışma atık su arıtma suyunun Tesbih ağacı tohumlarının çimlendirilmesinde kullanılabilirliğini ortaya koymak için yürütülmüştür.

2. MATERYAL VE METOD

Bu çalışma 2017 yılı Ağustos-Aralık ayları arasında atık su arıtma suyunun Tesbih ağacı tohumlarının çimlendirilmesinde kullanım imkanını belirlemek için Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Mimarlık ve Tasarım Fakültesi bahçesinde açık alanda bulunan gölgelik altında gerçekleştirilmiştir. Denemede kullanılan atık su arıtma suyu Çanakkale Kepez Atık Su Arıtma Tesisi'nden (Şekil 1), musluk suyu Kepez şebeke suyundan temin edilmiştir. Tesbih ağacı tohumları ise Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Terzioğlu yerleşkesinde yer alan

Tesbih ağaçlarından toplanmıştır (Şekil 2). Toplanan meyvelerin ortalama meyve çapı 12.41 mm, ortalama meyve ağırlığı ise 0.905 g olarak saptanmıştır. Ekim öncesi meyveler akan su altında elle ovularak etli meyve temizlenmiş, ardından meyveler kuruması için serin gölge ortamda muhafaza edilmiştir. Çimlendirme ortamı olarak eşit oranlardaki Hindistan cevizi torfu, perlit ve torf (1:1:1) karışımı kullanılmıştır. 52x20.5x15.5 cm ebatlarındaki 11 litrelik 9 plastik saksı çimlendirme ortamıyla doldurulduktan sonra tohumlar 7x8 cm aralıklarla yerleştirilmiş; tohumların üzerine 2 cm kapak malzemesi serilerek ekim işlemi 18 Ağustos 2017 tarihinde tamamlanmıştır (Şekil 3). Ekim sonrası saksılara % 100 musluk suyu (pH:8.45, EC:1.36 mS/cm), % 50 atık su arıtma suyu + % 50 musluk (pH:8.66, EC: 2.20 mS/cm) ve % 100 atık su arıtma suyu (pH:8.60, EC:3.16 mS/cm) olmak üzere üç farklı sulama suyu verilmiştir (Şekil 4). Sulama işlemine haftada bir devam edilmiştir. Bitkilerin sökümü 15 Aralık 2017 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Çalışma tesadüf parselleri deneme desenine göre üç tekrarlı kurulmuş, her parselde (saksıda) 10 tohum yer almıştır. Deneme alanının sıcaklık ve nem değerleri Çanakkale Meteoroloji İstasyonu'dan sağlanmıştır. Denemede pH, EC, kök uzunluğu, kök ağırlığı, gövde çapı, bitki boyu, bitki çapı, dal sayısı, yaprak sayısı ve bitki ağırlığı ölçümleri yapılmıştır. Elde edilen veriler SPSS 23 istatistik yazılımı ile varyans analizi, Duncan çoklu karşılaştırma testi (p=0.05) ve Pearson Korelasyon testi ile değerlendirilmiştir.

Şekil 1: Kepez Atık Su Arıtma Tesisi ve atık su arıtma suyu boşaltım alanı



Şekil 2: Denemede kullanılan Tesbih ağacı tohumları



Şekil 3: Çimlendirme ortamı ve ekim işlemi



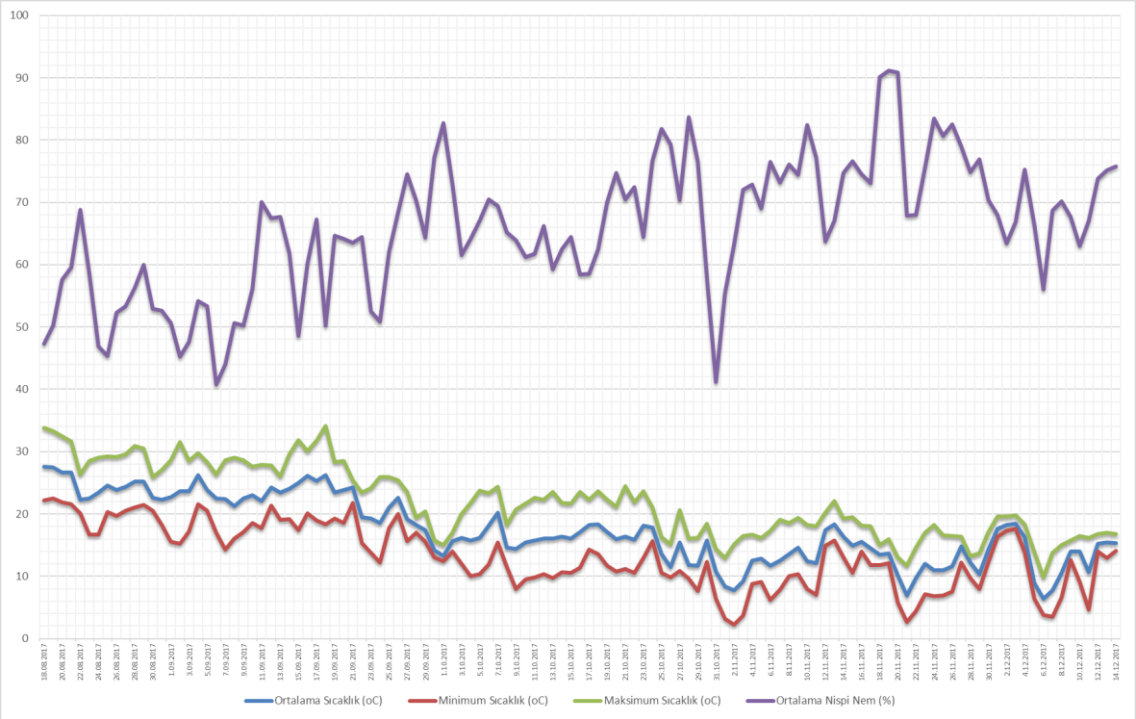
Şekil 4: Çalışma kapsamında uygulanan sulama suları



3. BULGULAR VE TARTIŞMA

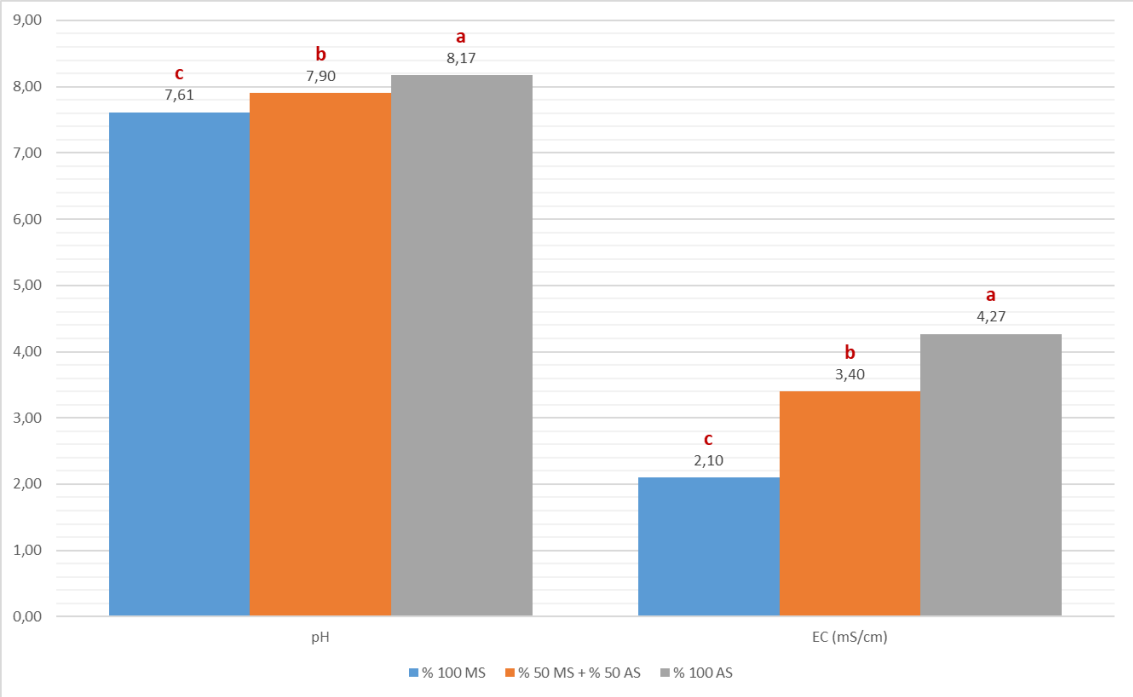
Çalışma boyunca nispi nem oranı % 40.8 ile % 91.1 arasında değişmiş, en düşük minimum sıcaklık 2.3 ^{o}C, en yüksek maksimum sıcaklık değeri ise 34.1 ^{o}C olmuştur (Şekil 5). Ekim ayından Aralık ayına kadar sıcaklıklarda genel bir düşüş gözlenirken nispi nem değerinde artış belirlenmiştir. Bu iklim verilerine göre Tesbih ağacı fidelerinin gelişimi normal gerçekleşmiştir.

Şekil 5: Deneme dönemindeki sıcaklık ve nem değerleri



Yapılan istatiksel analizler sonucu; çimlendirme ortamlarından drene olan farklı sulama sularının pH ve EC değerleri üzerine etkisi % 99 güvenle önemli bulunmuştur. En yüksek pH (8.17) ve EC (4.27 mS/cm) değeri % 100 atık su arıtma suyu ile sulanan çimlendirme ortamlarından, en düşük pH ve EC değeri ise % 100 musluk suyu ile sulanan çimlendirme ortamlarından elde edilen drenaj sularında saptanmıştır. Atık su arıtma suyunun musluk suyu ile karışımı pH ve EC değerini yükseltmiştir (Şekil 6).

Şekil 6: Drene olan sulama sularının pH'ı ve EC'si üzerine etkisi

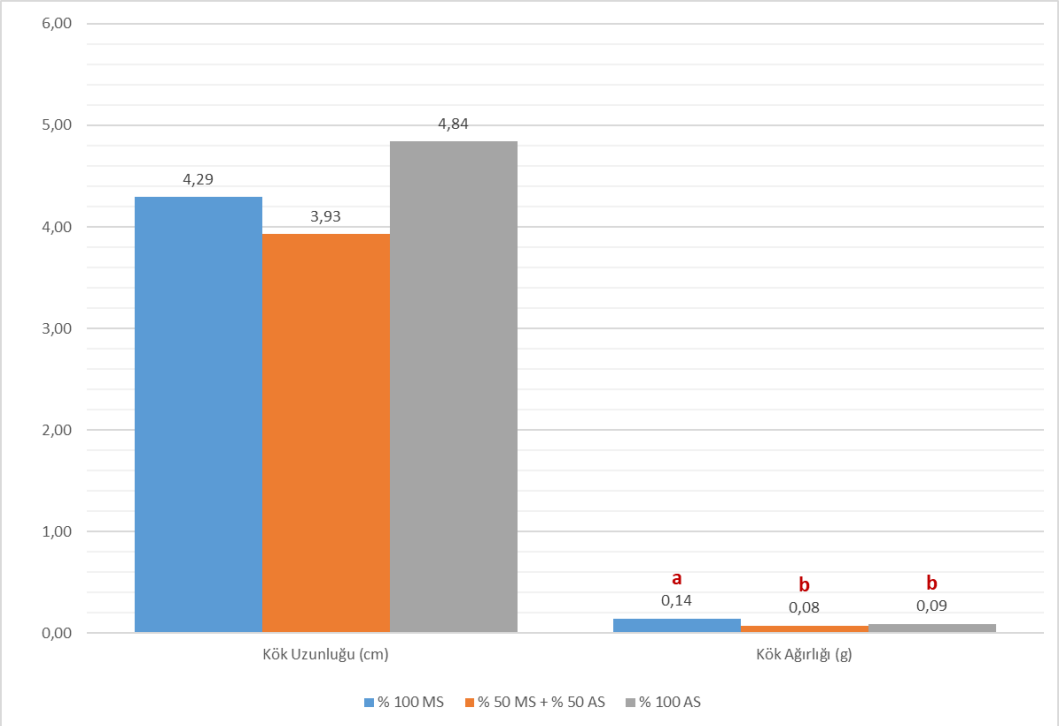


Tesbih ağacı tohumlarının çimlendirilmesinde kullanılan farklı sulama sularının kök uzunluğu üzerine etkisi istatiksel olarak önemsiz bulunmuştur. Kök uzunluğu değerleri 3.93 cm ile 4.84 cm arasında değişmiştir.

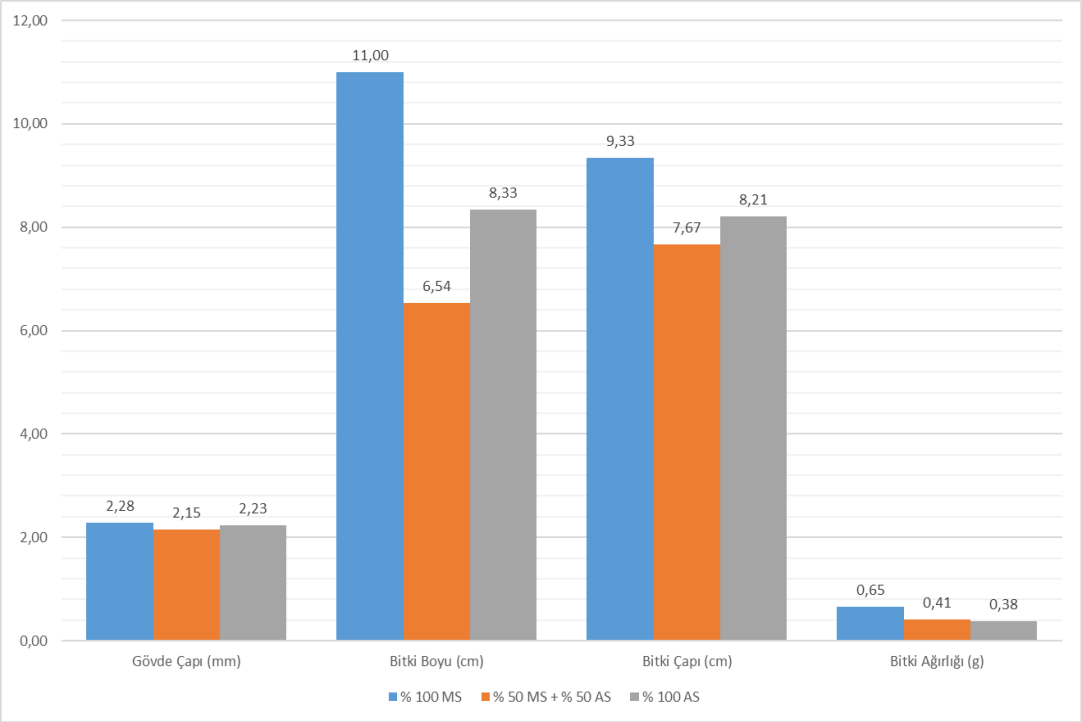
İstatiksel farklılık görülmemesine karşın en yüksek kök uzunluğu değeri atık su arıtma suyunun kullanıldığı bitkilerde tespit edilmiştir (Şekil 7). Sulama sularının tesbih ağacı kök ağırlığı üzerine etkisi % 95 güvenle önemli bulunmuştur. Kök ağırlığı bakımından iki istatiksel grup oluşmuş, birinci grupta % 100 musluk suyu (0.14 g), ikinci grupta ise % 50 musluk suyu + % 50 atık su arıtma karışımı ve % 100 atık su arıtma suyu yer almıştır. Kahraman vd. (2017), atık su arıtma suyu ve musluk suyu ile suladıkları Gazanya bitkisinde en yüksek kök uzunluğu ve kök ağırlığı değerlerini atık su arıtma suyu ile suladıkları bitkilerden elde etmişlerdir. Lubello vd. (2004); *Weigelia florida, Arbutus unedo, Cupressus sempervirens, Spiraea japonica, Juniperus horizontalis* ve *Myrtus communis* türlerinin sulamasında gübreli su ve atık su arıtma suyu kullanmışlar; atık su arıtma suyu ile sulanan *Myrtus* ve *Juniperus* türlerinin kök gelişiminin gübreli sulamaya göre daha iyi olduğunu ifade etmişlerdir. Bu çalışmadan elde edilen kök uzunluğu sonuçları ile her iki çalışmanın sonuçları örtüşmesine rağmen kök ağırlığı değeri musluk suyu ile sulanan uygulamada daha yüksek olmuştur.

Farklı sulama sularının Tesbih ağacı tohumundan yetişen bitkilerin gövde çapı, bitki boyu, bitki çapı ve bitki ağırlığı üzerine etkisi önemsiz olmuştur. Gövde çapı 2.15 mm ile 2.28 mm, bitki boyu 6.54 cm ile 11 cm, bitki çapı 7.67 cm ile 9.33 cm, bitki ağılığı ise 0.38 g ile 0.65 g arasında gerçekleşmiştir (Şekil 8, Şekil 9). İstatiksel farkın önemsiz çıkmasına rağmen bu parametreler % 100 musluk suyu ile sulanan bitkilerde daha yüksek belirlenmiş, % 50 musluk suyu + % 50 atık su arıtma suyu kullanılan bitkilerde ise bu parametreler daha düşük çıkmıştır. Kahraman vd. (2017), atık su arıtma suyu ve musluk suyu ile yetiştirdikleri gazanya bitkilerinde en yüksek bitki boyunu atık su arıtma suyu uyguladıkları bitkilerde elde etmişler, bitki çapı yönünden ise uygulamalar arasında farkı önemsiz bulmuşlardır. Bozdoğan (2015a); Biberiye yetiştiricilinde sulama amaçlı atık su arıtma suyu ve şebeke suyu kullandıkları çalışmada; bitki boyu bakımından Nisan-Haziran aylarında sulama suları arasında fark olmadığını, Temmuz-Kasım ayları arasında ise atık su arıtma suyunda gelişme gösteren bitkilerin boylarının daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Birinci yetiştiricilik döneminde en yüksek bitki çapı değerini atık su arıtma suyundan elde etmiş, ikinci yetiştiricilik döneminde ise bitki çapı yönünden uygulamalar arası farkı önemsiz bulmuştur. Bozdoğan (2015b); *Tagates erecta* yetiştiriciliğinde sulama amaçlı içme suyu ve atık su arıtma suyu kullandıkları çalışmada; sulama sularının bitki boyu ve bitki çapı üzerine etkisininin önemsiz olduğunu belirtmiştir.

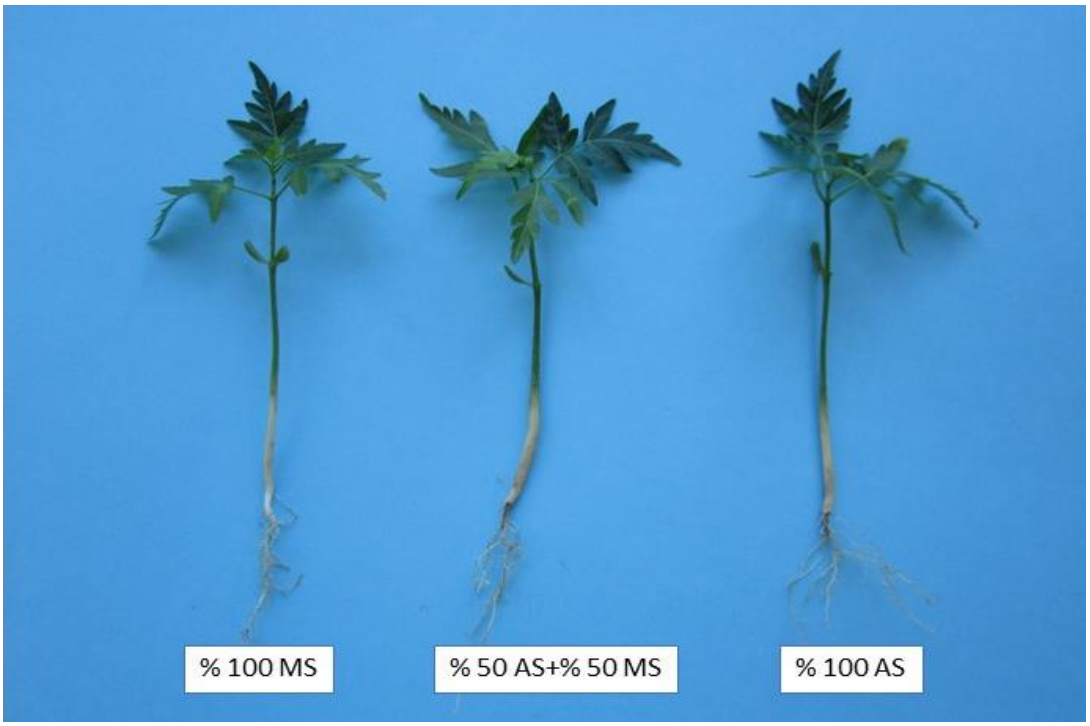
Şekil 7: Sulama sularının kök uzunluğu ve kök ağırlığı üzerine etkisi



Şekil 8: Sulama sularının gövde çapı, bitki boyu, bitki çapı ve bitki ağırlığı üzerine etkisi

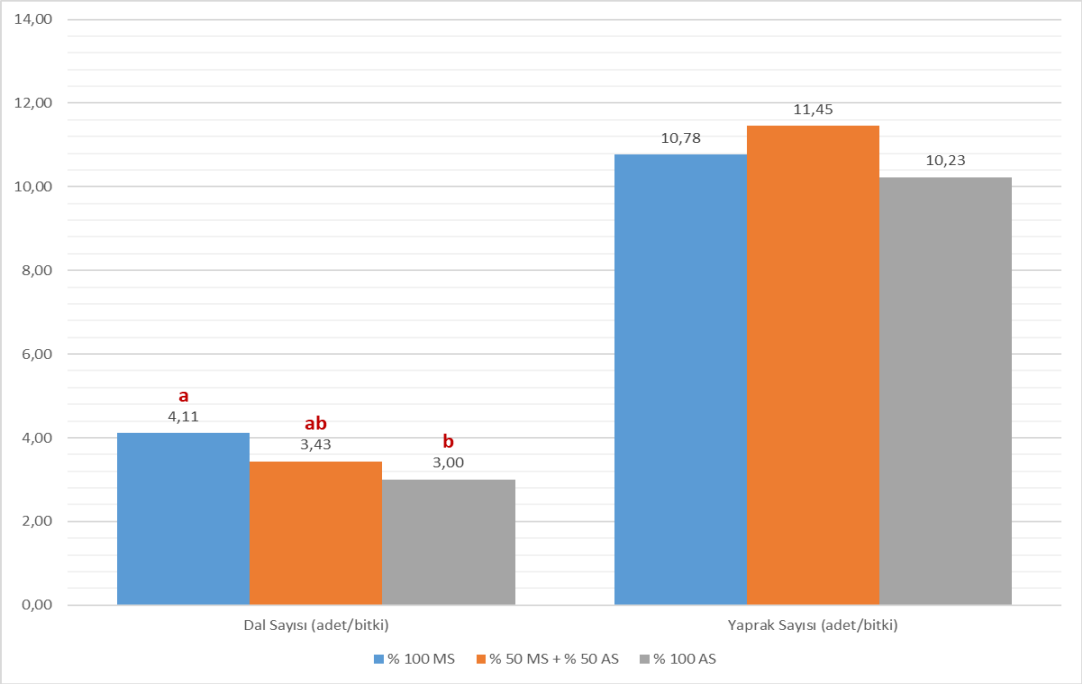


Şekil 9: Farklı sulama sularıyla sulanmış Tesbih ağacı fideleri



Tesbih ağacı dal sayısı üzerine sulama sularının etkisi % 95 güvenle önemli bulunmuştur. En yüksek dal sayısı % 100 musluk suyu (4.11 adet) ve % 50 musluk suyu + % 50 (3.43 adet) atık su arıtma suyu karışımında meydana gelmiştir (Şekil 10). Yaprak sayısı bakımından sulama suları arasında herhangi bir fark saptanmamış, en yüksek yaprak sayısı 11.45 adet ile % 50 musluk suyu + % 50 atık su arıtma suyunda gerçekleşmiştir.

Şekil 10: Sulama sularının dal sayısı ve yaprak sayısı üzerine etkisi



3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Kırsal alanlardan kentlere göçler, nüfus artışı, tüketim alışkanlıklarındaki değişimler, endüstriyel gelişmeler ve son dönemlerde yaşanan kuraklıklar temiz su kaynaklarının daha verimli ve tasarruflu kullanımını zorunlu hale getirmiştir. Su kaynaklarının su kalitesine göre uygun alanlarda kullanılması gerekir. Örneğin içme suyu olarak değerlendirilebilecek temiz su kaynaklarının tuvalet sifonlarında ya da sanayide ürün işleme aşamasında kullanımı pek uygun değildir. Endüstriyel alanlar ile bitki su ihtiyacını karşılamada düşük kaliteli sular değerlendirilebilir. Atık su arıtma suları bitkisel üretimde sulama amaçlı kullanılabilecek alternatif kaynaklardan birisidir. Gerekli analiz ve izlemeler yapılarak yasal düzenlemeler çerçevesinde atık su arıtma suları farklı bitki türlerinin sulanmasında kullanılabilir. Böylelikle hem bitkilerin ihtiyaç duyduğu gübre miktarlarının azalması, hem de atık su arıtma suyunun çevreye zarar vermeden kontrollü bir şekilde bertarafı mümkün olabilecektir. Bu çalışmada da Tesbih ağacı tohumlarının çimlendirilmesinde atık su arıtma suyunun tek başına ya da musluk suyu ile % 50 oranında karıştırılarak sulama suyu olarak kullanılabileceği ortaya konulmuştur. Tesbih ağacı bitkileri artan pH, EC değerlerine karşın normal gelişimlerine devam etmiş, gövde çapı, bitki boyu, bitki çapı, bitki ağırlığı, kök uzunluğu ve yaprak sayısı bakımından sulama suları arasında istatiksel herhangi bir fark tespit edilmemiştir. Tüm parametreler birlikte değerlendirildiğinde Tesbih ağacı tohumlarının çimlendirilmesinde ve yetiştiricilik aşamasında atık su arıtma suyu rahatlıkla kullanılabilir. Bu çalışmanın atık su arıtma suyunun Tesbih ağacı fidanlarında kullanımı ile ilgili çalışmalara fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca atık su arıtma suyunun kullanılabilceği diğer bitki türlerinin belirlenmesi, miktarı giderek artan atık su arıtma suyunun bertarafını kolaylaştıracaktır.

KAYNAKÇA

Anonim, (2010). Atıksu arıtma tesisleri teknik usuller tebliği. Ek-7: Arıtılmış atıksuların sulama suyu olarak geri kullanım kriterleri. Resmi Gazete, 20 Mart, Sayı:27547.

Al-Jasser, A.O. (2011). Saudi wastewater reuse standarts for agricultural ırrigation: Riyadh Treatment Plants Effluent Compliance. Journal of King Saud University, Engineering Sciences (23): 1-8.

Bozdoğan, E. (2015a). Re-use of treated wastewater for irrigation of Rosmarinus officinalis L. Journal of Horticultural Science & Biotechnology, 90 (6) 711-714.

Bozdoğan, E. (2015b). Possible use of treated wastewater as irrigation water at urban green area. Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology, 3(1): 35-39.

Chang, D. Ma, Z. (2012). Wastewater reclamation and reuse in Beijing: influence factor sand policy implications. Desalination (297): 72-78.

EPA, (2004). Guidelines for Water Reuse. U. S. Environmental Protection Agency, EPA/625/R- 04/108, Washington.

FDEP, (2002). Reuse Inventory. Florida Department of Environmental Protection. http:// www.dep.state.fl.us/water/reuse/

Kahraman, Ö. Akçal, A. Kırıt, N. (2017). Atıksu arıtma suyunun gazanya yetiştiriciliğinde tekrar kullanılabilirliği. ÇOMÜ Ziraat Fakültesi Dergisi, 5 (2): 27–35.

Karataş, B.S. Akkuzu, E. Aşık, Ş. (2005). İzmir kentsel arıtılmış atık sularının sulamada kullanım olanaklarının incelenmesi. Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 42(3):111-122.

Kukul, S.Y. Çalışkan, A.D.Ü. Anaç, S. (2007) Arıtılmış atık suların tarımda kullanılması ve insan sağlığı yönünden riskler. Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 44 (3): 101-116.

Lubello, C. Gori, R. Nicese, F. P. Ferrini, F. (2000). Effect of reclaimed wastewater on the growth and nutrient content of three landscape shrubs. Journal of Environmental Horticulture, 18, 108–114.

TÜİK, (2017). Belediye atıksu istatistikleri: 2016. Haber Bülteni, Sayı: 24875, 22 Kasım 2017.

Osmanlı İmparatorluğu'nda Kapitülasyonların İktisadi Açıdan Etkisi: 1838 Balta Limanı Antlaşması

Dr.Öğr.Üyesi Perihan Hazel KAYA[1] **Ramazan KACAR[2]**

[1]Selçuk Üniversitesi/ İ.İ.B.F., İktisat, perihaner@selcuk.edu.tr

[2] Selçuk Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat, rkacarmyo@gmail.com

Özet: Osmanlı İmparatorluğu dış ticaret ilişkilerinde kapitülasyonları önemli bir araç olarak kullanmıştır. İmparatorluğun geniş alanlara hükmettiği zamanlarda tek taraflı biçimde verdiği ticaret imtiyazları, ekonomik etkilerinin yanı sıra siyasi açıdan da kuvvetli ilişkilerin kurulmasının temelini oluşturmuştur. Ancak zamanla devletin zayıflaması ve ticaret yollarının değişmesi ile batılı devletler kendilerine tanınan ticaret imtiyazlarını kullanarak Osmanlı İmparatorluğu'nu açık pazar haline getirmişlerdir. Kapitülasyonlar Osmanlı İmparatorluğu'nun yıkılma sürecini hızlandıran önemli sebeplerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Osmanlı İmparatorluğu'nun 16.yy'da Fransa'ya verdiği kapitülasyonlar dikkat çekerken 19.yy'da İngiltere ile imzalanan dış ticaret anlaşması da oldukça büyük bir öneme sahiptir. Bu bağlamda bu çalışmada 1838'de İngiltere ile imzalanan ve serbest dış ticaret antlaşması niteliği taşıyan Balta Limanı Antlaşması'nın yürürlüğe girmesinden sonra Osmanlı'da yabancı sermaye hareketleri, bu hareketlerin Osmanlı geleneksel sanayisine etkisi ve Balta Limanı Antlaşması'ndan önce ve sonra kapitülasyonların Osmanlı ekonomisine etkisi konuları karşılaştırmalı olarak incelenmiştir.

Sonuç olarak Balta Limanı Antlaşması 19.ve 20. yy Osmanlı dış ticaretinin liberalleşmesi, dünyaya entegrasyonu ve Osmanlı ekonomisinin dışa bağımlılık sürecinde önemli bir dönüm noktası olmuştur. Çalışmanın genelinde Balta Limanı Antlaşması'nın bu etkisi üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Balta Limanı Antlaşması, kapitülasyonlar, ticari imtiyazlar, serbest dış ticaret

1. GİRİŞ

Sanayi devrimini gerçekleştirip kitlesel üretime başlayan İngiltere kendi iç pazarlarının dışına çıkarak devlete yeni pazarlar bulmak ve hammadde ihtiyacını karşılamak için serbest bir dış ticaret politikasına yönelmiştir. Ancak bu dönemde diğer Avrupalı devletler merkantilist politikaları gereği İngiltere'ye yüksek gümrük duvarları uygulamışlardır. Bu politikalardan dolayı İngiltere dünyanın farklı coğrafyalarında hammadde ve pazar arayışına girmiş ve bu doğrultuda birçok devletle serbest dış ticaret anlaşması yapmıştır.

Kuruluşundan beri hem siyasi hem de iktisadi olarak kapitülasyon kavramına aşina olan Osmanlı İmparatorluğu ise 18.yy başlarında gerileme ve sonlarında dağılma – yıkılış dönemine girmiştir. Osmanlı İmparatorluğu'nun siyasi ve askeri anlamda zayıflaması Osmanlı ekonomisini eski günlerinden uzaklaştırmıştır. Devletin sanayi devrimini kaçırması ve kitlesel üretime geçememesi ise bu dönemin başka bir sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır. Balta Limanı anlaşmasını imzalamadan önce Mısır Valisi Kavalalı Mehmet Ali Paşa isyanı ile mücadele eden ve kendi Valisine yenilen Osmanlı İmparatorluğu toprak bütünlüğünü korumak için Avrupalı devletlerin yardımına ihtiyaç duymuştur. Osmanlı İmparatorluğu, bu durumu fırsata çevirmek isteyen İngiltere ile uzun vadeli iktisadi sonuçlarının ne olacağını öngörmeden Balta Limanı Anlaşmasını imzalamıştır. Bu anlaşmayı imzalamasının bir sonucu olarak İngiltere ve Avrupalı devletlerin siyasi yardımlarını istemiştir. Bu bağlamda çalışmamızın odak noktası Balta Limanı Anlaşması ve sonuçlarıdır.

Bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde Kapitülasyon kavramı bu kavramın ortaya çıkışı ve tarihsel gelişimi incelenmiştir. İkinci bölümde Balta Limanı anlaşmasını hazırlayan şartlar, Balta Limanı anlaşmasının bazı önemli maddeleri, anlaşmanın dış ticaret, sanayi ve yabancı yatırımlar açısından etkileri ele alınmıştır. Son bölümde ise anlaşmanın sonuçları ile ilgili kısa bir değerlendirme yapılmıştır.

2. KAPİTÜLASYON KAVRAMI VE OSMANLI DEVLETİ'NDEKİ GELİŞİMİ

Sözlük anlamı *"bir devletin bir anlaşmaya bağlı olarak başka devletlere tanıdığı iktisadi ve sosyal ayrıcalıklar*" olarak geçen kapitülasyon kavramı zaman içerisinde daha geniş ve daha dar anlamları ile karşımıza çıkmaktadır (Aker, 1999: 27). Kapitülasyon denilince akla Osmanlı İmparatorluğu'nun 1535 senesinde Fransa'ya tanıdığı, daha sonra farklı zamanlarda yedi kere yenilenerek en son süresiz hale getirilen ayrıcalıklar gelmektedir. Aslında kapitülasyonun anlamı daha kapsamlıdır. Osmanlı İmparatorluğu'nun kurulma ve yükselme dönemlerinden bu

yana var olan devlet geleneği gereği ülkelerarası örf ve adetleri uygulamaya özen göstermiş ve bunun gibi araçları savaşarak aldığı coğrafyalarda işgalci olarak değil, kalıcı olarak kalmanın bir unsuru şeklinde kullanmıştır (Acartürk ve Kılıç, 2011:3).

Nebioğlu, ilk kapitülasyonların 1535 senesinde Fransızlara verildiği görüşüne karşı çıkmakta ve Orhan Bey zamanında 1346 tarihinde Bizans ile yapılan bir dostluk anlaşmasından ve 1365 tarihinde Osmanlı ile Ragusa Cumhuriyeti arasında doğu ticaretini korumak için bir anlaşma imzalandığından bahsetmektedir. Yine 1387 yılında ise Cenevizliler bir ticaret anlaşması ile benzer imtiyazlar elde etmişlerdir (1986: 11).

Osmanlılar, 1200'lerin sonunda kurulduğu zaman, etrafındaki devletlerde kapitülasyon kavramı vardı ve ülkelerarası bir alışkanlık olarak yaşamını sürdürüyordu. Osmanlıların yaşamına ekonomik, toplumsal ve kültürel olarak başta Bizans olmak üzere Selçukluların, Arap devletlerinin ve diğer devletlerin etkisi olmuştur. Bizans, devletin iç ve dış dengelerini korumak adına farklı ülkelere ayrıcalıklar tanımıştır. Akdeniz kıyılarındaki Arap devletleri ve Selçuklular da yaşamlarını sürdürebilmek için çeşitli devletlere ayrıcalıklar vermiştir. Bahsedilen coğrafyaların kontrolü Osmanlıların eline geçince doğal olarak kapitülasyon kavramı da beraberinde Osmanlı Devleti'nin bünyesinde kendine yer bulmuştur (Nebioğlu, 1986: 10).

Osmanlı Devleti'nde klasik çağda (1300-1600) anlaşma (ahdname) ile ticari imtiyaz ve güvenceler verilirken şu üç hususa dikkat edilirdi:

1) İslam Hukuku'nun İslam egemenliği altında bulunmayan memleketlerle ilişkilerini düzenleyen İslami kurallar, dostluk ve bağlılığa uymayan bir durum ortaya çıkarsa geçerliliklerini kaybederdi dostluk ve bağlılığa uymayan memleketler düşman ilan edilir ve bu memleketler gaza anlayışının yeni amacı olabilirdi. 18.yyda kapitülasyonlar yolu ile verilen karşılıklı taahhütlerin her iki tarafça da uygulanması zorunlu hale gelince, Osmanlı Devleti bu takdir ve esneklik hakkını kaybetmiş olacaktır.

2) Osmanlı Devleti İslam egemenliği altında bulunmayan memleketlerden siyasi ve askeri bir menfaat beklentisi içerisinde ise o memlekete anlaşma (ahdname) yolu ile bazı ticaret imtiyazları ve güvenceler sağlamıştır. Bunun en bariz örneği 1571 yılındaki İnebahtı Savaşı'ndan sonra Habsburg İspanyası, Venedik ve Papalık İttifakı'nın tehditlerine kaşı Protestan memleketlere, Hollanda ve İngiltere' ye kapitülasyonların verilmesidir.

3) Osmanlı Devleti'nin mali ve ekonomik çıkarları da göz önünde bulundurularak anlaşma (ahdname) güvenceleri verilirdi. Osmanlı Devleti'nin hazinesinde gümrük gelirleri önemli bir yer tutardı. Bununla birlikte Osmanlı sarayı ve Osmanlı pazarları daima gümüş azlığından şikâyetçi idiler. Bu ihtiyaçlar Osmanlı ekonomik ve ticareti açısından hayati bir öneme sahiptir (İnalcık, 2003: 61).

Osmanlı yöneticileri iç ve dış ticareti, sarayın ve kentlerin –özellikle İstanbul'un- ihtiyaçlarının karşılanması ve iaşesinin temin edilmesi için bir ölçüde de loncaların hammaddelerinin temin edilmesi için bir ihtiyaç olarak görmüştür. Bununla birlikte iç ve dış ticaretten alınan vergiler devletin merkezi hazinesinin güçlenmesi bakımından önemli bir gelir unsuru olmuştur. Bu sebepten devlet, ticaretin her türlüsünü özellikle de ithalatı desteklemiştir. Devlet iç piyasalarda darlık gördüğü zaman belli malların ihracatını yasaklayabiliyordu. Oysa aynı dönemde Avrupalı devletler merkantilist politikalar izleyerek ihracatın artırılmasını, ithalatın ise kısıtlanması gerektiğini düşünüyorlardı. Buradan da anlayabileceğimiz üzere Osmanlıların bu dönemde ticaret konusundaki öncelikleri merkantilist düşünceden çok farklı olmuştur (Pamuk, 1993: 46).

Osmanlıların kapitülasyonlar hususunda mali ve iktisadi nedenler dışında politik sebeplerden dolayı diğer devletlere kolaylıklar sağladığını da söylemek mümkündür. Papa'nın güçlü siyasi konumundan dolayı ortaya çıkan Hristiyan ittifakı Osmanlı devletinin siyasi varlığını her zaman tehdit eden bir unsur olmuştur. Osmanlı Hristiyan ittifakını bozmak için Avrupa'da kendisine yeni dostlar kazanmak amacıyla da bazı ülkelere ticari kolaylıklar sağlamıştır (Acartürk ve Kılıç, 2011: 4).

Tablo 1: Kapitülasyon Aşamaları

Yıl/Dönem	Ülkeler
1200-1569	İtalyan Devletleri Dönemi: Ceneviz, Venedik, Napoli, Floransa
1569-1700	Batı Devletleri Dönemi: Fransa, İngiltere, Hollanda
1700-1783	Avrupa Devletleri
1783	Rusya İle Karşılıklı Zorunlu Muahede

1838	İngiltere İle Ticaret Antlaşması
1856-1914	Kapitülasyonları Kaldırma Girişimleri: Tanzimat Dönemi ve II. Meşrutiyet

Kaynak: İnalcık, (2003: 62).

Devletin kuruluşundan 1550'lere kadar geçen dönem kapitülasyonların birinci dönemi ve 1535'te Fransızlara verilen kapitülasyonlarla başlayan ve 1740'a kadar süren dönemi ise kapitülasyonların ikinci dönemi yahut "Fransız kapitülasyonları dönemi" olarak adlandırılmaktadır. 1535 yılında Fransa ile yapılan anlaşma bu tarihten sonra diğer devletlerle yapılacak bütün anlaşmalara örnek teşkil etmiştir. Bu anlaşmadan sonra 1569 yılında Fransa ile yeni bir anlaşma imzalanarak yakın doğudaki tüm gemilerde Fransız bayrağı olması zorunlu hale getirilmiştir. Akdeniz'de Fransa'nın etkinliğini azaltmak isteyen İngiltere de 1580 yılında ilk kez Osmanlı İmparatorluğu'ndan bazı ayrıcalıklar almıştır. Kapitülasyonların ikinci döneminde Fransa tam yedi defa kapitülasyon hakkı elde etmiştir.

İlk dönemde karşılıklı olan kapitülasyon anlaşmaları 1740'dan sonraki süreçte bazı istisnalar hariç tek taraflı olarak yapılmıştır ve böylece kapitülasyonların üçüncü dönemi başlamıştır. Bahsedilen bu dönem 1856 Paris Konferansı'na kadar devam etmiştir. Üçüncü dönemde yapılan her anlaşma kapitülasyon anlaşması özelliği taşımakla birlikte hem bir ticaret anlaşması, hem siyasi bir anlaşma, hem de yabancıların Osmanlı İmparatorluğu içerisine yerleşmesi anlamına gelmektedir (Aker, 1999: 29).

En başlarda padişah tarafından verilen ve padişah hayatta olduğu sürece geçerli olan bu ayrıcalıklar, padişahın ölümü üzerine son bulmaktaydı ve bu ayrıcalıkların padişahın ölümünden sonra yenilenmesi gerekiyordu. Yeni imtiyazların ortaya çıkması ve kabul edilmesi birtakım zorluklarla karşılaşıyordu ve yeni imtiyaz anlaşmanın hazırlanması belirli bir zaman alıyordu. Bu nedenlerden dolayı 1740 yılında Fransa ile yapılan anlaşmadan sonra yapılan bütün anlaşmaların süresiz olarak kabul edilmesine başlanmıştır. Bu tür anlaşmaların adı artık " Dostluk ve Ticaret Anlaşmaları " olmuştur (Nebioğlu,1986: 14).

Bu dönem, hemen hemen bütün devletlerin Osmanlı İmparatorluğu'ndan ile kapitülasyonlar yoluyla ayrıcalık elde etmek için birbirleriyle yarıştıkları bir dönem olmuştur.

1740 yılında Fransa ile yapılan anlaşmanın haricinde 1838 yılında İngiltere ile yapılan ticaret anlaşması ve bunun ardından 1850 senesinde ise gümrük tarife anlaşması imzalanmıştır.

1856 yılı ile başlayan dördüncü dönemde de birçok farklı ülke ile şartlar yenilenerek yeni anlaşmalar imzalanmıştır. Tanzimat döneminin başlamasıyla birlikte Osmanlı İmparatorluğu yeni anlaşmaları imzalarken uluslararası hukuk kurallarının uygulanmasını istemiştir. Ancak süresiz olarak elde edilen bu imtiyazların kaldırılması mümkün olmamıştır.

3. 1838 BALTA LİMANI ANLAŞMASI

1838 Balta Limanı Anlaşmasının imzalanmasını hızlandıran en önemli olay, ilk defa İngiltere'de ortaya çıkan sanayi devrimidir. Sanayi devrimi neticesinde hammadde ve pazar, devletin ekonomik gücü için bir ihtiyaç olarak görülmüştür. Sanayi devriminin gerçekleşmesi sonucu ciddi bir ekonomik refaha ulaşan İngiltere, 1800'lü yıllarda dünyanın en büyük üreticisi, dünyanın en büyük ihracatçısı, dünyanın en büyük ithalatçısı olmuş ve uluslararası yatırımları ile dünyada rakibi olmayan bir devlet haline gelmiştir (Eşiyok, 2010: 69).

1820'li yıllarda İngiltere sanayi devrimini gerçekleştirmesi ve Napolyon savaşlarında Fransa'yı mağlup etmesi ile tüm dünyaya gücünü kanıtlamıştır. Diğer batı ülkeleri İngiltere'nin mallarına karşı ithal ikameci bir politika izlemişlerdir ve bunun sonucunda İngilizler kendilerine yeni pazarlar aramak zorunda kalmışlardır. 1820-1840 yılları arasında İngiltere Güney Amerika'dan Asya'ya kadar birçok ülkede serbest dış ticaret anlaşması imzalamıştır ve Osmanlı İmparatorluğu'nun da İngiltere'ye karşı direnç gösterme gücü yoktur (Pamuk, 2014: 14).

Bahsedilen dönemde Osmanlı Devleti ile İngiltere arasında yapılan dış ticaret gün geçtikçe artış göstermiştir. Fakat Osmanlıların uyguladığı Yed-i Vahit sistemi gibi bazı iktisadi önlemler İngiltere devletine mensup tüccarlar tarafından memnuniyetsizlikte karşılanmıştır. İngiliz tüccarlar, ticari anlamda engel teşkil edecek bu ve bunun gibi uygulamaların uzun vadeli bir dış ticaret anlaşması ile kaldırılması gerektiğini İngiltere Devletine iletmişlerdir (Önsoy, 1988: 15).

İngiltere Devleti'nde sanayi tüm sektörlerde eşit bir biçimde gelişmemiş olup İngiliz sanayisinin öncü sektörleri önce pamuklu dokuma sanayi, ardından ise demir sanayi olmuştur. Bir başka deyişle, İngiltere'de, sanayi

devriminin ilk döneminde (1780-1830), pamuklu sanayi diğer sektörlerin hiçbiriyle kıyaslanmayacak derecede önem kazanmış, İngiltere Devleti'nin kalkınma sürecinde öncü sektör olmuştur. Waterloo Savaşı'nın ardından pamuklu dokuma sanayi yılda ortalama %6-7 gibi yüksek bir biçimde büyürken, bu oran 25 yıl süreyle İngiltere sanayinin gelişmesindeki en büyük katkıya sahiptir. Bu büyümenin etkileri İngiliz dış ticaretine de yansımıştır. 1820 yılında, pamuklu tekstil üretimi üretimin %60'ını oluşturarak en önemli ihracat kalemi olmuştur. İngiltere devleti ucuz ve kaliteli tekstil ürünleri sayesinde başta Hindistan olmak üzere, Asya ülkeleri ve Osmanlı'nın iç pazarlarına hâkim olmuş ve bu ülkelerin geleneksel yerli üreticilerine ağır bir darbe indirmiştir.

Sanayi devrimini gerçekleştirmiş batılı ülkeler İngiltere'nin önderliğinde Osmanlı Devletini gün geçtikçe yarı sömürge hale getirmeye başlamışlardır. Osmanlı Devleti'nin sermaye birikimini sağlayamadığı, gün geçtikçe merkezi otoritenin güç kaybettiği ve merkezi otoritenin güç kaybetmesinin etkisiyle Anadolu'da kendi isteklerine göre davranan ayanların ortaya çıkardığı siyasi ve sosyal problemler ile uğraştığı, askeri güç olarak eski günlerini aradığı, balkanlarda ortaya çıkan milliyetçi düşüncenin sebep olduğu bağımsızlık hareketleriyle birlikte parçalanma sürecine girdiği bir dönemde, Osmanlı Devleti, İngiltere ve diğer emperyalist devletlerin gözlerini üzerinden ayıramadıkları kolay bir lokmaydı. Bir başka deyişle, İngiltere Devleti, sanayi devriminin gerçekleştiği dönemlerde Osmanlı Devleti'nin iç işlerinde meydana gelen problemlerden de yararlanarak, Osmanlı'yı hammadde kaynağı ve mamul mallar için pazar olarak görmeye başlamış, emperyalist arayışlar içerisine girmiştir (Eşiyok, 2010: 71).

Osmanlı Hükümdarı Sultan II. Mahmud döneminde devletin çözmeye çalıştığı sorunlardan bir tanesi de Mısır Valisi Kavalalı Mehmet Ali Paşa'nın isyanları idi. Mısır'da dış ticareti kendi kontrolüne alan Kavalalı buradan elde ettiği gelirle sanayi ve savunma harcamaları yaparak ordusunu güçlü bir hale getirmiştir. Dış ticarette uygulanan kamu tekelleri İngiltere'nin çıkarlarını zedelerken, Kavalalı'nın askeri olarak güçlenmesi de Sultan II. Mahmud'un otoritesini tehdit eder bir hal almıştır. Kavalalı'nın devlete isyan etmesi ve orduları karşısında merkezi hükümetin almış olduğu yenilgi ile sadece Mısır değil Suriye ve Anadolu'nun da bir kısmının kaybedilmesi tehlikesi ile Osmanlı İmparatorluğu karşı karşıya kalmıştır (Pamuk, 1993: 166).

Osmanlı İmparatorluğu gerileme sürecine girmesine rağmen, topraklarının yüzölçümünün büyük ve halkının varlıklı olması sebebiyle dünyanın en zengin devletlerinden biri konumundaydı. Batılı devletlerin iştahını kabartıcı ve ticari anlamda kârlı bir pazar olması, Osmanlı İmparatorluğu'nu özellikle İngiliz devletinin odak noktası haline getirmiştir. İşte bu nedenle İngiltere, böyle karlı bir pazarı elde etmek amacıyla Osmanlı İmparatorluğu ile serbest dış ticaret anlaşması yapabilmek için elindeki bütün imkânları sonuna kadar kullanmıştır (Özsoy, 1995: 134).

Osmanlı İmparatorluğu, Kavalalı'nın başlattığı ayaklanmayı, İngiltere ve diğer batılı devletlerin desteğiyle bastırmak istemiştir. Ancak Osmanlı İmparatorluğu'nun alacağı bu desteğin neticesinde kamu tekellerini ve Avrupalı tüccarların karşılaştıkları ticaret engellerini ortadan kaldırması gerekmiştir (Quataert, 2004:944). İngilizler Osmanlı'dan devlet tekellerini, olağanüstü vergileri, harçları ve transit vergileri kaldırmasını istemiştir (Kurtoğlu, 2012:117). O dönem yerli olmayan tacirlerin Osmanlı İmparatorluğu'nun iç bölgelerinde ticaret yapabilmek için pek çok bürokrasi engelinden geçmesi gerekmektedir (Yücekök, 1968: 398). Yasakların ortadan kaldırılması, İngiltere devletine mensup tacirlerin, Osmanlı Devleti'nin iç bölgelerine ulaşımını kolaylaştıracaktır. Tüm bunlarla birlikte İngiltere devletine mensup tacirler, Osmanlı Devleti iç ticaretindeki transit geçiş vergilerinin, tekeller dâhil tüm engellerin tamamen ortadan kaldırılmasını istemişlerdir (Kıray, 2015:196).

Bu koşullar altında İngiltere ile 16 Ağustos 1838 yılında Balta Limanı Ticaret Anlaşması imzalanmıştır. İngiltere'nin bu kadar ağır isteklerine karşı bu anlaşma kabul edilmiştir. Çünkü umut edilen parçalanmak üzere olan Osmanlı toprak bütünlüğünün İngilizler ve diğer batı devletleri eli ile kurtarılmasıdır (Kurtoğlu, 2012:118). İngilizlerin isteklerinin kabul edilmesinden sonra 1831 yılında başlayan Kavalalı isyanı 1840 yılında Avrupalı devletlerin yardımıyla bastırılmıştır (Önsoy, 1988:33).

Anlaşmanın belli başlı hükümleri şunlardır:

1) Antlaşma Osmanlı İmparatorluğu'nun sınırlarının tamamında geçerli olacaktır.

2) "İlelebet mer'i ve muteber" (sonsuza dek yürürlükte ve geçerli) olan anlaşma hükümlerinden başka devletlerin de hepsi yararlanabilecektir

3) Kapitülasyonlar geçerliliğini koruyacak, bu antlaşma ile verilen yeni ayrıcalıklar, eskiden verilmiş ayrıcalıklara ilave edilecektir.

4) İngiltere devletine mensup tacirlerin ortakları ve bu tacirlerin adamları için de, İngiliz tacirlere verilen tüm hak ve ayrıcalıklar geçerli olacaktır.

5) İç ve dış ticaret maksadı ile İngiltere Devletine mensup tacirler ile bunların ortakları ve bu tacirlerin adamları, Osmanlı İmparatorluğu'nun her tarafında her türlü ticari malı "bilaistisna" (istisnasız) alıp satma hakkına sahiptirler.

6) Yed-i Vahid Usulü, "bilkülliye terk ve iptal" olunacaktır. (Tamamen bu sistemden vazgeçilecektir)

7) Emtia nakli ve emtia alımı için İngiliz tacirlerden tezkere istenmeyecektir. Tezkere isteyen vezirler ve memurlar, devletçe şiddetle tedip olunacaklar (Osmanlı Devleti tarafından şiddetle cezalandırılacaklar) ve İngiliz tüccarların bu yüzden uğrayacakları zararlar tazmin edilecektir (Zararlar Osmanlı devleti tarafından karşılanacaktır).

8) İngiltere devletine mensup tacirler, bu tacirlerin ortakları ve bunların adamları, Osmanlı iç ticaretinde, en imtiyazlı (ayrıcalıklı) yerli tüccardan daha fazla vergi ödemeyecektir.

9) İhraç mallarından, ihracatın yapılacağı iskeleye kadar hiçbir vergi alınmayacak, iskelede %9 vergi alınacaktır. İskeleden ihracında ayrıca %3 gümrük resmi verilecektir.

10) İthalatta yalnız %3 ithal resmi ödenecektir. Ayrıca %2 oranında ek vergi alınacaktır. Bunun dışında ithal malları, memleketin her yanına vergisiz gidecek, bir yerden öbür yere tekrar tekrar getirilip götürülse dahi vergi ödenmeyecektir. Yani, bir Osmanlı taciri, devlet sınırları içinde bir yerden başka bir yere götürüp satacağı ticari mal için %12 vergi öderken, yerli olmayan tacir, tacirin ortakları ve bu tacirin adamları %5 vergi ödeyeceklerdir.

11) Bu antlaşmada İngiltere mallarına ve tacirlerine tanınan imtiyazlar ihlal edilmedikçe, Osmanlı İmparatorluğu'nun iç işlerinin yürütülmesine "iz'aç (müdahale) edilmeyecektir.

12) İngiltere devletine mensup tacirler ve bunların adamları, sadece İngiltere mallarını değil, başka devletlerden gelmiş her çeşit ticari malı Osmanlı devleti sınırlarının tamamında serbestçe alıp satabilecektir. Bu mallar için sadece %3 ithal resmi ve %2 ek vergi ödenecektir ki, bu da yeni ve önemi olan bir ayrıcalıktır.

13) Yerli olmayan ticari mal, Boğazlardan serbest bir şekilde geçecek, Osmanlı Devleti'nin tüm limanlarında bir gemiden başka bir gemiye aktarma yapabilecek, transit geçiş serbest olacak, bu durumların hiçbirinden ayrıca resim alınmayacaktır (Göç, 2010: 22).

Bu hükümlere bakarak anlaşma, iç ve dış ticarette mevcut olan tüm engelleri kaldırarak yerli olmayan ticari malların devlet sınırları içerisine girmesini, her çeşit yerli malın ise ciddi bir miktarda ülke dışına götürülmesini kolaylaştırmıştır. Bu anlaşma ile yerli olmayan tacirler, iç gümrük vergilerinden muaf olmalarına karşın, yerli tacirler bu iç gümrük vergilerini ödemeye devam etmişlerdir. Sonuç olarak (Acartürk ve Kılıç, 2011: 12);

-Osmanlı Devleti'nin geniş pazarları önemli oranda yabancıların eline geçmiştir.

-Osmanlı'nın yerli üreticisi Avrupalı üreticilerle rekabet edemediği için zamanla üretimi durdurma kararı almıştır.

-Osmanlı devletinde üretilen hammadde ve ara mallar daha fazla fiyat teklif eden Avrupalılara satıldığı için, yerli üretici bu hammadde ve ara malların temininde büyük sıkıntı çekmiş hatta zaman zaman hiç tedarik edememiştir.

-Gümrük vergilerinin düşük belirlenmesi ve devletin gümrük ürünlerine ek vergi koyamaması sebebiyle gümrük gelirlerinde önemli azalmalar yaşanmış, Kırım Savaşı'nın getirmiş olduğu mali yük de bu olumsuz duruma eklenince devlet iç ve dış borçlanma yoluna gitmiştir.

Tablo 2: 1828 – 1850 Yılları arasında İngiltere – Osmanlı Ticareti

YIL	**İngiltere'nin Toplam İhracatı (Sterlin)**	**İngiltere'nin Osmanlı İmparatorluğu'na İhracatı (Sterlin)**
1827	37.181.335	535.452
1828	36.812.756	192.782
1829	35.842.828	593.616
1830	38.271.597	1.205.942
1831	37.164.372	932.481
1832	36.450.594	1.150.794

1833	39.667.347	1.100.349
1834	41.649.191	1.396.463
1835	47.372.270	1.575.936
1836	53.368.572	1.899.878
1837	42.070.744	1.233.749
1838	50.061.737	1.999.539
1839	51.308.740	1.371.257
1840	51.545.116	1.353.576
1841	47.284.988	1.721.635
1842	52.206.447	2.100.649
1843	58.534.705	2.925.586
1844	60.111.082	3.752.660
1845	57.786.876	3.455.565
1846	58.842.377	2.797.588
1847	52.849.445	3.332.845
1848	63.596.025	4.157.150
1849	71.367.885	4.456.507
1850	74.448.722	4.511.438

Kaynak: (Kurmuş, 1982:34)

1827–1838 yılları arasında Osmanlı'nın İngiltere'den ithalatı %100 seviyesinde artmıştır. 1827–1832 yıllarında Osmanlı yılda ortalama 743 bin sterlin değerinde mal ithal ederken, 1833–1838 yıllarında yılda ortalama 1.543.000 sterlin değerinde mal ithal etmiştir. Her ne kadar Balta Limanı Antlaşması Türkiye'ye giren mallar üzerindeki gümrük vergisini %5'e yükselttiyse de, aynı Antlaşma'nın hükümlerine göre tüm iç gümrükler ve tekeller kaldırılmıştır. Artan gümrük vergilerinin yanı sıra, İngiliz fiyatlarında görülen yıllık ortalama %1,4'lük artışa rağmen, Osmanlı İmparatorluğu'nun İngiltere'den satın aldığı malların değerinde (fiyat artışlarının etkisi ötesinde) 1838 sonrasında önemli bir yükselme görülmüştür. 1839–1844 arasında ortalama 2.174.000 sterlin olan ithalat, 1845–1850 yıllarında 3.769.000 sterline çıkmıştır. Böylece 23 yıl içerisinde Osmanlı'nın İngiltere'den ithalatı değer olarak %400'den fazla artarken, Osmanlı'nın toplam İngiliz ihracatındaki payı da %1,9'dan %4,9'a çıkmıştır (Kurmuş, 1982: 43; Basan, 2009: 60).

Osmanlı Devleti, iktisadi ve mali açıdan antlaşmanın boyutlarını bilmesine rağmen esas olarak İngiltere ile siyasal nedenlerle masaya oturmak zorunda kalmıştır. Mehmet Ali Paşa'nın isyanı karşısında zor durumda kalan Osmanlı, verdiği bu imtiyazlara karşılık bir taraftan Paşa'nın isyanını bastırabilmiş diğer taraftan da toprak bütünlüğünü koruyabilmiştir. İngilizler ise, bu yolla dış ticaretteki tekelleri kaldırarak Mısır'ın sanayileşme ve askeri harcamalarının kaynağını keserken Hindistan ticaretini de kendisi açısından güvence altına almıştır (Acartürk ve Kılıç, 2011: 13).

3.1 Balta Limanı Anlaşması'nın Sanayi Açısından Etkileri

Balta Limanı Anlaşması Almanya, Rusya, Avusturya- Macaristan gibi devletlerin yerli sanayilerini korumak için yüksek gümrük vergileri uyguladığı bir dönemde Osmanlı İmparatorluğu'nun sınırlarını yabancı sermayeye tamamen açan bir anlaşma olmuştur. Anlaşma, sanayi devrimi sonrası batılı ticaret ve sanayi sermayesinin çıkarları doğrultusunda Osmanlı İmparatorluğu sınırlarının serbest dış ticarete açılması için gerekli hukuki düzenlemeleri getirerek Osmanlı ekonomisinin kapitalist dünya ekonomik sistemine eklemlenmesine ve teslim olmasına gerekli zemini hazırlamıştır. (Kotan, 2014:192)

Osmanlı İmparatorluğu'nun sosyal ve iktisadi hayatını önemli derecede etkileyen Balta Limanı Anlaşması ve bu anlaşmayı takip eden ticari sözleşmeler Osmanlı İmparatorluğu'nun sanayisi üzerinde olumsuz etki göstermiş ve zaten güçsüz olan Osmanlı sanayisinin tamamıyla çökmesine neden olmuştur. 1825-30 yılları arasında Osmanlı İmparatorluğu'nun sanayisinin belkemiği olan pamuklu ürünler bu yıllarda Manchester fabrikalarının ezici rekabetine açıktır. Osmanlı ülkesinin pamuklu kumaş ihracatı durmuş buna karşın büyük bir pamuklu ithalatı başlamıştır. İngiltere'den ithal edilen pamuklu maddeler 1828'de 465.000 sterlinden 1831 yılında 1.040.000 sterline yükselmiştir. İşkodra da (Arnavutluk) 1812 de 600 tezgah çalışırken 1821 de tezgahların sayısı 40 a inmiş Tırnavo da (Bulgaristan) 1812 de 2000 tezgah varken 1830 da ancak 200 dokuma tezgahı kalmıştır. Buna rağmen 1838 Balta Limanı Anlaşması'ndan önce Osmanlı sanayisi az da olsa faaliyetine devam ederken

anlaşmanın ticaret ve sanayi üzerinde her türlü korumayı kaldırmasının ardından Osmanlı sanayisi tamamen kendini yitirmiştir. (Yücekök, 1968:414)

1838 senesinde imzalanan Balta Limanı Anlaşmasının, zamanla Osmanlı zanaatlarını olumsuz yönde etkilediğini söylemek mümkündür. 1830–1840 yılları arasında Osmanlı devletinde işsizlik artmış ve Avrupa malları Osmanlı pazarındaki yerini sağlamlaştırmıştır. Bu dönemde Avrupa mallarının yerli mallardan daha fazla rağbet gördüğünü söylemek mümkündür. İngiltere'nin sınai mal üretiminde mutlak olarak Osmanlıdan çok daha üstün olduğu bariz bir biçimde görülmektedir. Şöyle ki, 1825 senesinde İngilizler, üretim tezgâhlarında 18 milyon sterlin değerinde pamuklu kumaş üretebiliyorken 1853 senesinde bu sayı 34 milyon 763 bin sterlin değerine çıkmıştır. 1825 senesinde Osmanlı İmparatorluğu İngiltere'nin üretmiş olduğu pamuklu kumaşın 1/36'sını ithal ediyorken, 1855 senesinde İngiltere'nin ürettiği pamuklu kumaşın 1/9'unu ithal etmektedir. Zanaatlar, bu denli çok ithalata karşı direnmeye çalışmış ancak bu orantısız rekabet ortamında zanaatların geriye gitmesi adeta kaçınılmaz olmuştur. (Yılmaz, 2015: 66).

Anlaşma hükümleri Osmanlı tüccarları açısından büyük sıkıntılar doğurmuştur. Bu konuda Odesa'daki (Nemce) Avusturya elçisi şu görüşlerini dile getirmiştir :

"1838 Antlaşması, Edirne Antlaşması'ndan daha ziyade Türk sanayisine zararlıdır. Edirne Antlaşması hiç olmazsa yabancı mallarına yerli ürünlere oranla bir imtiyaz vermemişti. Şimdi ise Belçikalı bir tüccar Osmanlı ülkesinde sattığı mallar için yüzde beş gümrük veriyor, bir Osmanlı tüccarı ise yabancı ülkelere ihraç edeceği, hatta sadece Osmanlı eyaletlerinin veya beyliklerinin birinden öbürüne nakledeceği mallar için %12 gümrük ödemeye zorunlu kılınıyordu." (akt. Kotan, 2014:192)

1850'li yıllardaki Osmanlı İmparatorluğu'nun ipekli sanayisi hakkında bilgi veren Viquesnel; *"Birkaç sene evvel Bursa 37.500 kg ipek sarf eden 1.000 tezgâha sahipti. Bugün bunların sayısı 75'den fazla değildir. Sarf ettikleri ipek miktarı da 5.000 kg civarındadır."* Diyerek Osmanlı ipek sanayiinin içinde olduğu olumsuz durumu ortaya koymuştur. (Önsoy, 1988:22)

Avrupalı üreticiler, makineleşmekteki avantajlarını da kullanıp Osmanlı İmparatorluğu'nun iç pazarlarında kendilerine hemen yer edinmişlerdir. İç pazarlarda Avrupalıların malları, geleneksel Osmanlı ürünlerinden daha çok rağbet görür hale gelmiştir. Batılı girişimciler, fabrikalar ve imalathaneler kurarak faaliyet göstermeye başlamışlardır. Bu girişimciler, Balta Limanı Antlaşması'nın getirdiği rahatlıktan da yararlanarak rekabeti o derece ileri götürdüler ki Osmanlı esnafı, devlete karşı bazı yükümlülüklerini yerine getiremez olmuştur. Ayrıca, "Tanzimat Hareketi" ile Batılıların memlekete nüfuzundan dolayı, tüketim mallarında değişim ve çeşitlilik olmuş bu durum da yerli mallara talebi azaltmış ve böylece zaten çok gelişmemiş olan Osmanlı sanayii ağır bir darbe daha almıştır. Osmanlı Devlet adamları, bu durumu düzeltmek için çeşitli önlemler almaya ve girişimlerde bulunmaya başlayarak Islah-ı Sanayii Komisyonu'nu kurmuşlar, ancak bundan da olumlu bir sonuç alamamışlardır (Sarc, 1940 :428).

Tüm bunlar, Osmanlı Devleti'nde el sanatlarından geçimini sağlayan işçilerinin işsiz kalmasına sebep olmuş, devletin gelir elde edebileceği vergi kalemleri azalmış ve Osmanlı Devleti'nin sanayileşme çabalarını da olumsuz bir şekilde etkilemiştir (Yılmaz, 2015:30).

Ayakta kalan zanaatlar içerisinde, ithal edilen mallara karşı direnmeye çalışanlar, emek yoğun şekilde üretilen ve üretimde uzmanlaşma gerektiren ürünlerdir. Yurt dışından gelen malların piyasaya hâkim olmaması için yerli mallar uzunca bir süre ayakta kalmaya çalışmıştır. Bu aşamada özellikle şehir merkezlerindeki zanaatların hızlı bir yıkılma sürecine girdiğinden bahsetmek mümkündür. Dolayısıyla gümrük vergisi az olan endüstri makinesi malları, Osmanlı Devleti iç pazarını ele geçmiş, koruması olmayan el tezgâhı ürünleri ise kısa süre içerisinde yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalmıştır(Özdemir, 2009:7).

Anlaşmanın ardından yaklaşık elli yıl sonra varılan sonuca göre, Avrupa sanayisinin Osmanlı ülkesinde doğurmuş olduğu kriz gittikçe genişlemiş ve birer birer bütün sanayi dallarına yayılmıştır. 1800'lerin sonunda ise Osmanlı sanayisinin çöküşü tamamlanmıştır. (Sarc, 1940:425)

3.2 Balta Limanı Anlaşmasının Yabancı Yatırımlar Açısından Etkisi

Yabancı sermaye, bir ülkede mevcut olan sermaye birikimine, bir başka ülkeden sermaye eklenmesi şeklinde tanımlanabilir. Osmanlı İmparatorluğu'nun 1800'lü yıllarda ortaya çıkan dünya ekonomisiyle bütünleşme göstergelerine bakıldığında öncelikle dikkat çeken husus yapılan ticaret anlaşmalarıdır. 1838 yılında İngiltere ile

imzalanan Balta Limanı Anlaşması ve onu takip eden yıllarda diğer Avrupa devletleri ile imzalanan ticaret anlaşmaları sonucunda ülkeye giren yabancı sermaye miktarında bir artış gözlemlenmektedir. (Yıldız, 2007:117)

Balta Limanı Anlaşması neticesinde Osmanlı İmparatorluğunun tarım ürünleri çeşidi batılı devletlerin sanayisinin ihtiyaçlarına uygun olarak değişmiştir. Bu değişim neticesinde tahıl üretimi ülke içi nüfusa yetmez hale gelmiştir, bu durum aynı zamanda ihracata göre tarım ürünlerini üretmek gibi tehlikeli bir durum yaratmıştır.

El sanatlarına dayalı olarak üretim yapan Osmanlı sanayisi yok olmaya terk edilmiştir. Avrupa menşei olan her türlü mal Osmanlı İmparatorluğu'nu istila etmiştir. Avrupalı devletlerle yapılan ticaret anlaşmaları ve Avrupalıların sanayi malları Osmanlı İmparatorluğu üzerinde ticaret ve ekonomi emperyalizmini tesis etmiş, Osmanlı'nın kalkınmasına engel olmuştur. Bu uygulamalar neticesinde Osmanlı İmparatorluğu'nun dış ticaret dengesi 1850'lerden sonra açık vermiştir. Osmanlı Devleti'nin bütçesini dengelemek için uyguladığı politikalar, 19.yüzyılın ikinci yarısında ağır borçlanmalara sebep olmuştur. 19. Yüzyılda uzun vadeli iç borçlanma Osmanlı İmparatorluğu için ciddi bir seçenek değildir, çünkü devlet içerisindeki mali piyasa büyüklüğünün, devletin borçlanma ihtiyacını karşılaması mümkün değildir. Dolayısıyla Osmanlı İmparatorluğu Avrupa para piyasalarına uzun vadeli tahviller satarak mali sorunlarına geçici bir çözüm getirmiştir. Devlet 24 Ağustos 1854'te 5.500.000 Osmanlı lirası tutarındaki ilk dış borçlanmasını gerçekleştirmiştir. Osmanlı İmparatorluğu Avrupalı devletlerden almış olduğu dış borçları sürdürülebilir bir biçimde yönetememiş ve bu sebeple "Düyun-u Umumiye İdaresi " büyük miktarlara ulaşan Osmanlı Devleti borçlarının, Avrupalı alacaklılara geri ödenmesini sağlamak için kurulmuştur. Duyun-u Umumiye İdaresi'nin kurulması dış ticaretin hızlı bir biçimde büyümesine ve yabancı yatırımların oldukça yoğun bir şekilde ülkeye gelmesine neden olmuştur. Bu dönemde İngiltere ve Fransa, Osmanlı İmparatorluğu'nun ekonomik karar vericilerini tamamen ve siyasal karar vericilerini ise kısmen egemenlikleri altına almayı başarmışlardır. Bu ortamda Osmanlı ülkesine yabancı sermayenin girişi de hızlanmıştır. Osmanlı İmparatorluğu'ndaki dolaysız yabancı yatırımlar 1860'lardan 1880'lerin sonuna kadar sabit iken, 1890-1914 döneminde dolaysız yabancı yatırımlar üç kat artmıştır. Yabancı yatırımlar önemli oranda ulaştırma, bankacılık, elektrik-su ve ticaret gibi alanları ve madenciliği tercih etmişlerdir. Özellikle demiryolu yatırımları yabancılar için çok karlı hale gelmiş ve 1856-1918 arasında yaklaşık 6800 kilometre demiryolu yapmışlardır (Yıldırım, 2001: 320)

İngiltere, yurt içinde ve yurt dışında yerli tacirlerinin çıkarlarını düşünerek ticari açıdan tacirlerin refahlarını maksimum düzeye çıkarmak istemiştir. İşte bu sebepten Balta Limanı anlaşmasından sonra bazı bölgelerde ticaret faaliyetlerinin yoğunlukları artmıştır. Yine bu bağlamda İngiltere'ye mensup tacirler kendi çıkarlarını artırmak için ilerleyen süreçte Aydın – İzmir Demiryolu yapımını üstlenmişlerdir. Çünkü bu bölgede o dönemde 1000'den fazla İngiliz tüccar yaşamaktadır (Yıldız, 2007:121).

1850'li yıllardan sonra Batılı sermaye sahipleri Osmanlı Devleti üzerinden kısa süre içerisinde kendilerine aşırı kar yapabilecekleri imtiyazlar elde etmişlerdir. Yine 1850'li yıllarda Osmanlı İmparatorluğu'nda yabancı şirketler kurulmaya başlanmıştır. Bu şirketlerin en önemli faaliyet alanları ise demiryolları olmuştur. 1860'lı yıllarda ise devlet sınırları içerisinde yabancı sermaye ağırlığını giderek arttırmaya başlamış ülkedeki yer altı kaynaklarının işletme hakkını elde etmişlerdir. Yani ülkenin madenleri üzerinde de Avrupa sermayesinin kontrolü başlamıştır (Kurtoğlu, 2012:119).

1850'li ve 1860'lı yıllarda Osmanlı İmparatorluğu "km. garantisi" uygulaması ile demiryolu yapımında İngiliz ve Fransız firmalara ayrıcalık tanımıştır. Fakat Osmanlı İmparatorluğu bu firmalara 1875-1876 yıllarında bu garantiden dolayı yüklü tazminat ödemek zorunda kalmıştır.

4. SONUÇ

Osmanlı İmparatorluğu kuruluş aşamasından itibaren kapitülasyonları hem siyasi hem de iktisadi olarak devlet çıkarlarına uygun bir şeklide kullanmaya çalışmıştır. Osmanlı İmparatorluğu mali ve siyasi açıdan güçlü iken kapitülasyonları devletin çıkarları doğrultusunda olumlu bir şekilde kullanırken devletin gücünü kaybetmeye başladığı dönemlerde bu durum tersine dönmüştür. 1500'lü yıllara kadar verilen kapitülasyonların genel anlamda, anlaşmayı imzalayan iki tarafında ortak çıkarlarına göre yapıldığı ve Osmanlı tebaasının da bu imtiyazlardan birtakım çıkarları olduğunu söylemek mümkündür. Kapitülasyonlar siyasi etkileriyle birlikte, Osmanlı Devletinde tacir sınıfının ortaya çıkmasında ve denizciliğin gelişiminde de azımsanmayacak bir rol üstlenmiştir. Ancak özellikle 1850'lerden sonra kapitülasyonlar sebebiyle Osmanlı Devleti içerisinde yerli tacirlerin yerini büyük oranda yerli olmayan tacirler, ülke içerisinde azınlık statüsünde olan tacirler ve yerli olmayan zanaatkârlar almıştır.

İngiltere, 1750'li yıllardan sonra, seri üretime geçiş yaparak üretim maliyetleri düşürürken, üretim verimliliğini artırarak geçmiş yıllara göre çok ciddi bir üretim potansiyeline ulaşmıştır. Üretimin artması ve sanayi kesiminin hammaddeye ihtiyaç duyması, İngiltere devletini ve sanayide ilerlemiş diğer Batılı devletleri ürettikleri ürünleri satabilmek için yeni dış pazarlara ihtiyaç duymuşlardır. Bu çerçevede İngiltere Devleti'nin Osmanlı Devleti'nin karşı karşıya olduğu iç sorunlardan yararlanarak imzaladığı 1838 Balta Limanı Anlaşması neticesinde Osmanlı Devleti'nin yerli üreticisi mağdur olmuş ve Osmanlı Devleti'nin geleneksel sanayisi büyük oranda tasfiye olmuştur. 1838 Balta Limanı Anlaşmasından sonra, verilen imtiyazlar Osmanlı Devleti'nin aleyhine sonuçlar doğurmuş ve Osmanlı sanayisinin gelişmesini engelleyen temel nedenlerden birisi olmuştur. Verilen kapitülasyonlarla dış ticarette korumasız hale gelen Osmanlı sanayi girişimleri başarısızlıkla sonuçlanmıştır.

1838 Balta Limanı Anlaşması, Osmanlı Devleti ve İngiltere arasında sanayi devriminin, küresel etkileşimiyle yeni iktisadi ilişkilerin belirdiği koşullar altında imzalanmıştır. Kapitalizmin dünyada giderek gelişmesi ve bu gelişmenin sermayedarlar tarafından desteklenmesi ülkeler arasında iktisadi ilişkileri ve iktisadi güç gruplarını belirlemiştir.

1838 Balta Limanı Anlaşmasının imzalanması Osmanlı İmparatorluğu açısından bir dönüm noktası olmuş ve Avrupalı sermaye sahipleri devlet içerisinde kendilerine rahatça dolaşma imkânı bulmuşlardır. Özellikle İngiliz tüccarlar anlaşmanın imzalanmasından sonra, Osmanlı Devleti içerisinde yerli tüccarlardan daha karlı bir şekilde ticaret yapabilme olanağına kavuşmuşlardır. Osmanlı yerli üreticileri bir süre sonra yabancı tüccarlarla rekabet edebilme şanslarını kaybetmişlerdir ve bu durum zamanla Osmanlı yerli üretim tezgâhlarının ortadan kalkması sonucunu doğurmuştur. Diğer bir deyişle Batılı girişimciler Osmanlı'da sadece ticaret ve esnaflıkta söz sahibi olmadılar ayrıca sanayiye de el atarak rekabeti arttırdılar. Bu antlaşmanın bir diğer olumsuz etkisi ise Osmanlı'da dış borçlanma sürecini başlamıştır. Dış borcun yanı sıra özellikle demiryolu ve sermaye transferi alanlarında yabancı sermayenin Osmanlı ekonomisi içerisindeki payı ciddi miktarda artmıştır.

Sonuç olarak Avrupalı sermayedarlar, Balta Limanı anlaşması ile Osmanlı İmparatorluğunu ticari ve mali olarak kendilerine bağımlı bir hale getirmişlerdir. Bu dönemde Osmanlı Devleti siyasi açıdan da zayıf durumda olduğu için bu bağımlılığı engelleyememiştir. Ve bu dışa bağımlılık devletin ekonomik olarak çöküş sürecini hızlandırmıştır.

Balta Limanı anlaşması ile zirveye ulaşan ekonomik bağımlılık süreci ve bu sürecin sonunda dünya ekonomisine eklemlenen Osmanlı ekonomisi ile birlikte imtiyazların etkisinden kurtulamayan Osmanlı sanayisi sağlam temeller üzerine oturtulamamıştır ve Batılı ülkelerin sanayilerinin seviyelerine ulaşamamıştır.

KAYNAKÇA

Acartürk, E. ve Kılıç, R. (2011). Osmanlı devletinde kapitülasyonların iktisadi ve siyasi perspektiften analizi. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 29 (2), 1-21.

Aker, E. Z. (1999). Tanzimat dönemi Osmanlı sanayileşme sorunları ve kapitülasyonlar, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Anbar, A. (2009). Osmanlı imparatorluğunun Avrupa'yla finansal entegrasyonu: 1800 – 1914. Maliye ve Finans Yazıları Dergisi, 23 (84), 17-37.

Basan, R. G. (2009). 1838 Balta limanı ticaret antlaşması Ve 1/95 sayılı ortaklık konseyi kararı, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Bulut, M. (2012). Osmanlı ekonomi politiğine yeniden bir bakış. Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi, Yaz 2012 (62), 63-96.

Edward C. C. (1992). "Osmanlı sanayi devrimi", Osmanlılar ve batı teknolojisi - yeni araştırmalar, yeni görüşler. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, 38-39

Eşiyok, A. B. (2010). Osmanlı imparatorluğunun dünya ekonomisine eklemlenmesinde bir dönüm noktası: 1838 serbest dış ticaret anlaşması. Mülkiye Dergisi, XXXIV (266).

Göç, E. (2010). Tanzimat dönemi ve sanayileşme, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

İnalcık, H. (2003), Osmanlı'nın Avrupa ile barışıklığı: kapitülasyonlar ve ticaret, Doğu-Batı Dergisi.

Kıray, E. (2015). Osmanlıda ekonomik yapı ve dış borçlar (5. Baskı). İstanbul: İletişim Yayınları.

Kotan, A. (2014). Osmanlı sanayisinin çöküşü. Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi, 208(Şubat) 179-200.

Kurmuş, O. (1982). Emperyalizmin Türkiye'ye Girişi, Ankara: Savaş Yayınları.

Kurtoğlu, R. (2012). Türkiye ekonomisi (1838-2010) mali bağımlılık-büyüme-krizler ve siyasi sonuçları (1.baskı). Ankara: Sinemis Yayınları.

Nebioğlu, O. (1986). Bir imparatorluğun çöküşü ve kapitülasyonlar (1. Baskı). Ankara: Türkiye İş Bankası Yayınları.

Önsoy, R. (1988). Tanzimat döneminde Osmanlı sanayi ve sanayileşme politikası (2. Baskı). Ankara: Türkiye İş Bankası Yayınları, Ankara.

Özdemir, B. (2009). Osmanlı devleti dış borçları. (1. Baskı). Ankara: Ankara Ticaret Odası Yayınları.

Özgün, C. (2008). Osmanlı ekonomi politiğine kısa bir bakış. Tarih Okulu Dergisi, (1), 5-17.

Özsoy, İ. (1995). 1838 Balta Limanı ticaret antlaşmasından gümrük birliğine, Çerçeve Dergisi, 15 (Ağustos/Ekim), 134-139.

Pamuk, Ş. (1993). Osmanlı – Türkiye iktisat tarihi 1500-1914 (1. Baskı). İstanbul: Gerçek Yayınevi.

Pamuk, Ş. (2014). Türkiye'nin 200 yıllık iktisat tarihi. (2. Baskı). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Sarc Ö. C. (1940) Tanzimat ve sanayiimiz. (1.Baskı). İstanbul: Maarif Matbaası

Şener, S. ve Kılıç, C. (2008). Osmanlıdan günümüze Türkiye'de yabancı sermaye. Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi, 16 (1), 22-49.

Yıldırım, İ. (2001). On dokuzuncu yüzyıl Osmanlı ekonomisi üzerine bir değerlendirme. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11 (2), 313-326.

Yıldız, A. (2007). Osmanlı imparatorluğunun borçlanmasında yabancı sermayenin etkisi. İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Ekim Sayısı: No: 37, 113 – 125.

Yılmaz, F. (2015). 1838 serbest ticaret antlaşmasının Osmanlı ekonomisi üzerine etkisi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.

Yücekök, A. (1968). Emperyalizm yörüngesinde Osmanlı imparatorluğu 1838 ticaret sözleşmeleri. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 23(1), 381-426.

Quataert, D. ve İnalcık, H. (2004). Islahatlar devri 1812-1914, Osmanlı imparatorluğu'nun ekonomik ve sosyal tarihi. (1. Baskı). (Çev: Andıç S.). İstanbul: Eren Yayıncılık.

Sağlık Okuryazarlığının Diğer Okuryazarlık Türleri İle İlişkisi: Edirne İlinde Bir Uygulama Çalışması

Uzm. Pınar DEMİRLİ[1] Dr.Öğr.Üyesi Muzaffer ÖZSOY[2]

Dr.Öğr.Üyesi Yasemin KOLDERE AKIN[3]

[1]Trakya Üniversitesi /Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sağlık Yönetimi, pnr.pd.demirli@gmail.com

[2]Trakya Üniversitesi /İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi, muzafferozsoy@trakya.edu.tr

[3]Trakya Üniversitesi/ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri, yaseminkoldere@trakya.edu.tr

ÖZET: Sağlık okuryazarlığı, "reçete edilen ilaç şişelerindeki talimatları, randevu fişlerini, tıbbi eğitim broşürlerini, doktorların açıklamalarını ve izin formlarını anlama ve karmaşık sağlık sistemleri ile baş edebilme yeteneği"ni içermektedir. Bu itibarla, bireylerin sağlıklı bir şekilde hayatlarını sürdürebilmeleri için yeterli düzeyde sağlık bilgisine sahip olması beklenmektedir. Bu kavram bireylerin aynı zamanda diğer okuryazarlık türleriyle de ilişkilendirilebilmektedir. Bireylerin doğru sağlık kararı alabilmesi için öncelikle bilgi okuryazarı olması gerekmektedir. Çünkü bireyin sağlıkla ilgili bilgiyi öğrenip, anlaması ve yorumlaması, bireyin sağlık okuryazarlık düzeyini etkileyerek sağlıklı bilgiye ulaşmasını da kolaylaştırmaktadır. Bilimsel ve sosyal konularda olduğu gibi sağlık alanında da, eğitim amaçlı materyallere (fotoğraflar, şekiller, illüstrasyonlar vb.) zaman zaman ihtiyaç duyulmaktadır. Görsellerin bireyler tarafından doğru okunması, anlaşılması ve yorumlanması, sağlık konusunun iyi anlaşılması açısından önem arz etmektedir. Diğer yandan hem sağlık hizmeti sunanların hastaya doğru bilgiyi yansıtmaları, hem de hastaların bilgisayar üzerinden edindikleri bilgilerin doğruluğu açısından, bireylerin temel düzeyde bilgisayar okuryazarı olması gerekmektedir. Bir başka okuryazarlık türü olan medya okuryazarlığı da, bireylerin sağlıklarının geliştirilmesi açısından önem arz etmektedir. Bu gelişmelere bağlı olarak da hem medyanın hem de sağlık çalışanlarının sağlıkla ilgili bilgilendirmede görev ve sorumlulukları giderek artmaktadır.

Bu çalışmada öncelikle sağlık okuryazarlığı konusu diğer okuryazarlık türleri ile ilişkilendirilerek konunun teorik çerçevesi sunulmaktadır. Sonrasında ise Edirne il merkezinde bulunan yirmi dört mahallede yapılmış olan anket sonuçları değerlendirilmekte ve Edirne iline ait istatistiksel bulgular analiz edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Okuryazarlık Türleri, Sağlık Okuryazarlığı, Edirne.

1. GİRİŞ

Çağın hızlı değişen koşullarına ayak uydurabilmek için, bireylerin sürekli olarak kendini geliştirmesi ve ihtiyaçları doğrultusunda bilgi ve beceri düzeyini arttırması gerekmektedir. Bu gereklilik öncelikle, bireylerin gündelik olası sorunların farkına varmasını ve bu da pek çok konuda okuryazar olmasını zorunlu hale getirmiştir. Aksi halde birey ne sorunların farkında olabilecek ne de bu sorunlara çözüm üreterek onlarla baş edebilecektir. Sağlık konusu da bireylerin hayatında önemli bir yeri olan, az ya da çok ama mutlaka temas edilen bir alandır. Sağlık konusunda hem koruyucu hem de tedavi edici boyutta ortaya çıkabilecek sorun alanlarının farkında olmak da, sağlık okuryazarlığı kavramının doğmasına yol açmıştır.

Bireylerin yaşamlarını sağlıklı bir şekilde devam ettirebilmeleri için yeterli düzeyde sağlık okuryazarlığına sahip olması gerekmektedir (Ilgaz ve Gözüm, 2016: 71). Sağlık okuryazarlığı ilk olarak, 1974 yılında S.K. Simonds tarafından sağlık eğitimi çerçevesinde tanımlanmıştır. 1990'lı yıllardan sonra bu kavram üzerine daha çok yoğunlaşılmaya başlanmış ve yeni tanımlar ortaya çıkmıştır (Simonds, 1974: 1-25; Aktaran; Sezgin, 2013: 77). Sağlık okuryazarlığı (SOY) kavramını, "Dünya Sağlık Örgütü" (DSÖ), "bireylerin iyi sağlık halinin sürdürülmesi ve geliştirilmesi amacıyla sağlıkla ilgili bilgiye ulaşması, anlaması ve kullanması için gerekli olan bilişsel ve sosyal beceri kapasitesi" olarak tanımlamaktadır (Nutbeam, 2000: 264).

2. SAĞLIK OKURYAZARLIĞININ BAZI OKURYAZARLIK TÜRLERİ İLE İLİŞKİSİ

Sağlık okuryazarlığının pek çok okuryazarlık türü ile ilişkisi bulunmaktadır. Aşağıda bu okuryazarlık türünün; görsel okuryazarlık, bilgi okuryazarlığı, bilgisayar okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı türleri ile olan ilişkisi kısaca açıklanacaktır.

2.1. Görsel Okuryazarlık ve Sağlık Okuryazarlığı İlişkisi

Görsel okuryazarlık, verilmek istenen bilgiyi anlama, yorumlama ve değerlendirme için önem taşımaktadır. Görselliğin yaygınlaşmaya başlaması ile birlikte görsel okuryazarlık üzerine daha detaylı incelemelere başlanmıştır. Wileman (1993)'a göre görsel okuryazarlık "resimsel ve grafiksel görüntüler olarak sunulan bilgiyi okuyabilme, yorumlayabilme ve anlayabilme"dir (Aktaran: İşler, 2002: 155). Bilimsel ve sosyal konularda eğitim amaçlı materyallerde kullanılan (fotoğraflar, şekiller, illüstrasyonlar vb.) görsellerin bireyler tarafından doğru okunması, anlaşılması ve yorumlanması, sağlıklı bir eğitimin gerçekleştirilmesi açısından önem arz etmektedir (Welhausen, 2009; Aktaran: Yıldız,2012: 73).

Bireyler görsel okuma becerilerine sağlık alanında da ihtiyaç duyabilmektedir. Bireyin ilaç şişelerini, prospektüsler içerisinde yer alan şekilleri, doktorun hastaya muayene sırasında gösterdiği materyalleri anlayıp yorumlaması açısından görselliğin önemli olduğu düşünülmektedir (Nielsen-Bohlman vd. 2004).

2.2. Bilgi Okuryazarlığı ve Sağlık Okuryazarlığı İlişkisi

Bireyler yaşamlarının her anında bilgiye ihtiyaç duymaktadır. Breivik (2000)'e göre bilgi okuryazarlığının anahtar kelimesi "yaşam boyu öğrenen bireylerin yetişmesi" dir. Bilgi okuryazarı olan birey, bilmeyi arzu eden ve bilgiye doğru bir şekilde ulaşabilen, analitik düşünme becerilerine sahip, öğrenmeye açık olan, araştırma metotlarını belirleyen ve sonuçların değerlendirilmesinde eleştirel olabilen kişi olarak açıklanmaktadır (Özgür, 2016: 23-24).

Bireyin edindiği bilgiler doğrultusunda sağlığına yön verdiği göz önünde bulundurulursa, sağlıkla ilgili bilgilerin doğru bir şekilde öğrenilmesi, anlaşılması ve yorumlanması, bireyin sağlığını olumlu veya olumsuz yönde etkileyeceği için bireyin sağlık okuryazarlığı düzeyini de etkileyecektir. Sağlık okuryazarlığı, birçok alanı çeşitli açılardan etkilemektedir. Bu nedenle sağlıkla ilgili bilgi edinmek için çeşitli kaynaklardan yararlanılmaktadır. Elektronik kaynakların çok fazla olması, bireylerin sağlıkla ilgili bilgiye ulaşmasını kolaylaştırırken, elektronik ortamdaki bilgilerin çokluğu ise bireyin doğru bilgiyi seçmesini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle bireylerin sağlık okuryazarlığı düzeyinin yetersiz olması, bireyin doğru bilgiye ulaşmasını güçleştirmektedir (Türkoğlu, 2016: 15; Özdoğan, 2014: 19).

2.3. Bilgisayar Okuryazarlığı ve Sağlık Okuryazarlığı

Günümüzde küreselleşme ile birlikte bilgi miktarındaki artış, teknolojiye dayalı insanların gereksinimlerini arttırmıştır. Sanayi toplumunun yerini bilgi toplumunun almasıyla beraber bilgiyi arayan, bilgiyi elde eden ve bilgiye ulaştığında onu kullanabilen bir toplum ortaya çıkmıştır. Günümüzde ise bilgi toplumunda yaşayan bireylerin yetiştirilmesinde teknoloji ile birlikte bilgisayar kullanımı önemli bir yere sahiptir. Bilgisayarı günlük yaşamında aktif ve doğru bir şekilde kullanabilen, bilgiye ulaşan ve yeni teknolojik gelişmelerle muhakeme yapabilen bireyler, bilgisayar okuryazarı olarak nitelendirilmektedir (Akfındık, 2007).

Genişletilmiş bir tanımda ise bilgisayar okuryazarlığı; bilgisayar kullanmanın nasıl öğrenileceğini, bilgiye nasıl ulaşılması gerektiğini, eğitim materyallerini, e-posta ve listeleme hizmetlerini kullanmayı ve web sitesi hazırlamayı kapsamaktadır (Korkmaz ve Mahiroğlu, 2009: 984- 987).

Sağlığın geliştirilmesi, sağlıkla ilgili bilgiye hızlı bir şekilde ulaşılması konuları üzerine odaklanıldığında, bireylerin bilgisayar okuryazarı olması önem arz etmektedir. Bireyin sağlıkla ilgili bilgiye ulaşmada bilgisayarı kullanabilmesi, hızlı bir şekilde sağlık bilgilerine ulaşması ve kullanması hem sağlık hizmetini alanlar hem de sağlık hizmetini verenler açısından önem taşımaktadır. Sağlık ekibinin tüm üyeleri gelişen teknolojiye ayak uydurmak ve verdikleri hizmetlerde sağlık bilişimini kullanmak zorundadır. Sağlık bakımı ortamlarında bilgisayar ve bilgisayara bağlı teknoloji kullanımının artması sonucu, sağlık sistemleri içerisinde aktif rol oynayan hemşirelere bu anlamda önemli görevler düşmektedir. Hemşirelerden sadece sisteme erişmeleri değil sistem içerisindeki bilgiye ve yeteneğe ulaşmak için yeterli düzeyde bilgisayar kullanmaları da beklenmektedir (Topkaya, 2013: 14-16).

Sağlık bilişimi, sağlık hizmetlerinin yönetimi ve aktarımına yönelik her türlü bilginin ortaya konulması, aktarılması ve aktif şekilde kullanılması için kurulan donanım, yazılım, yöntem ve yönergeler bütününe verilen isim olarak açıklanmaktadır. Sağlık bilişimi gerek klinik gerek yönetsel karar verme süreçlerini desteklemekte ve bireylerin tedavi süreçlerini etkileyebilmektedir (Güleş ve Özata, 2005; Aktaran: Topkaya, 2013: 17).

Hem sağlık hizmeti sunan bireylerin, sistemler içerisinden doğru bilgiyi hastaya yansıtmaları için hem de hastaların bilgisayar üzerinden edindikleri bilgilerin doğruluğu açısından, bilgisayar okuryazarlığı önemlidir.

Bireylerin sağlık okuryazarı olması için de sağlıkla ilgili bilgiye doğru bir şekilde ulaşması, bilgiye ulaşımını bilgisayar ortamında yapacak olursa da, temel düzeyde bilgisayar okuryazarı olması beklenmektedir (Gömleksiz ve Koç, 2010: 77; Başar vd., 2008: 44).

2.4. Medya Okuryazarlığı ve Sağlık Okuryazarlığı İlişkisi

Medya, yeniliklerin duyurulmasında ve yaygınlaşmasında kullanılan en etkili araçların başında gelmektedir. En yaygın olarak kullanılan kitle iletişim araçlarından televizyon, radyo ve gazetenin bir bilgiyi etkin ve hızlı bir şekilde kamuoyuna ulaştırdığı bilinmektedir. Medya birçok bilgiyi kamuoyuna ulaştırdığı gibi, sağlığın geliştirilmesine yönelik yenilikleri, gelişmeleri bireylere ulaştırmaktadır. Medyada sağlıkla ilgili yayın içeriklerinin hedef kitle açısından medyadaki diğer içeriklerden daha farklı bir algılaya neden olduğuna dair araştırma sonuçları da bulunmaktadır. Bu durum bireylerin medyadaki sağlıkla ilgili yayınlara diğer yayınlara oranla daha fazla güvendiği sonucunu ortaya koymaktadır (Kaya vd., 2011: 51; Hülür, 2016: 162).

Bireylerin medya okuryazarı olması yani medyadaki bilgiyi eleştirmesi ve her bilgiyi doğru kabul etmemesi, bireylerin sağlıklarının geliştirilmesi açısından önemlidir. Türkiye'de medya ve sağlık alanında yapılan bir araştırmaya göre vatandaşların önemli bir kısmı, sağlıkla ilgili konularda bilgiyi, hekimden ziyade gazete, dergi, TV ve sağlık programlarından aldıkları saptanmıştır. Bu nedenle hem medyanın hem de sağlık çalışanlarının sağlıkla ilgili bilgilendirmede görev ve sorumlulukları dikkate alınmalıdır (Karaaslan, 2015: 28- 29).

3. EDİRNE İL MERKEZİNDE BİREYLERİN SAĞLIKLA İLGİLİ BİLGİ, MEDYA VE BİLGİSAYAR KULLANIMINA İLİŞKİN BULGULAR

Bu bölümde bildiriye esas teşkil eden araştırmamızın; amacı, evren ve örneklemi, veri toplama araçları, verilerin analizi ve bulgular sunulacaktır.

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, Edirne ilinde ikamet eden 18 yaş üstü bireylerin sağlık okuryazarlığı düzeylerinin, bilgi, medya ve bilgisayar kullanımına etkisini ortaya koymaktır.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Sağlık okuryazarlığı düzeyinin belirlenebilmesi amacıyla, Edirne il merkezinde ikamet eden 18 yaş ve üstü bireyler evren olarak kabul edilmiştir. Araştırmanın evrenini oluştururken, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verileri baz alınmıştır. Örneklem belirlerken öncelikle Edirne il merkezinde bulunan yirmidört mahalle olasılıklı seçim yöntemlerinden tabakalı örnekleme yöntemi kullanılarak tabakalandırılmış ve daha sonra her tabakadan basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmak üzere, toplam 454 bireye anket uygulanmıştır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmanın verileri, Demografik Anket Formu ve Avrupa Sağlık Okuryazarlığı Ölçeği Türkçe Versiyonu (ASOY-TR) ile toplanmıştır. Bireylerin sağlık okuryazarlığı düzeyini belirlemeye yönelik yeni bir ölçek olan ASOY-TR ölçeği, 47 maddeden oluşmaktadır. Ölçekte sağlıkla ilgili bilgiye ulaşma, anlama, değerlendirme ve kullanma/ uygulama ile ilgili, bireyin sağlık okuryazarlığı düzeyini ortaya koyacak sorular yer almaktadır. ASOY-TR ölçeği 5'li likert tipinde bir ölçek olup, 1'den 5'e kadar puanlama (1:Çok Zor, 2:Zor, 3:Bilmiyorum 4:Kolay, 5:Çok Kolay) yapılmıştır. Ölçekten alınabilecek toplam puan 47-188 arasındadır. Verilerin hesaplanmasının kolay olması için toplam puan 0-50 arasında değer alacak şekilde formüle edilmiştir. Elde edilen puana göre bireylerin sağlık okuryazarlığı düzeyi belirlenmiştir. 0-25 puan yetersiz sağlık okuryazarlığı, 25-33 puan sorunlu-sınırlı sağlık okuryazarlığı, 33-42 puan yeterli sağlık okuryazarlığı ve 42-50 puan mükemmel sağlık okuryazarlığı olarak değerlendirilmiştir (Okyay ve Abacıgil, 2016: 21-23).

3.4. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde, değişkenler arasındaki ilişkilerin ortaya konulması için Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 17.0 programından yararlanılmıştır. Tüm istatistiksel analizlerde 0.05 anlamlılık düzeyi ölçüt

alınarak araştırma bulguları, amaçlar doğrultusunda analiz edildikten sonra kategorik verilerin karşılaştırılmasında ki-kare analizinden faydalanılmıştır.

3.5. Bulgular

Bu alt başlıkta da, araştırmaya katılan bireylerden elde edilen bulgular ortaya konulmakta ve yorumlanmaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Sağlıkla İlgili Bilgiye Ulaşmada En Güvenilir Bulduğu Kaynaklar

EN GÜVENİLİR BİLGİ KAYNAKLARI		
	Frekans	**Yüzde**
Sağlık Çalışanları	394	86,8
Yazılı Basın	7	1,5
Radyo/ Tv	5	1,1
İnternet	25	5,5
Aile Üyeleri	11	2,4
Kitap/Dergi/Broşür	11	2,4
Diğer	1	,2
Total	454	100,0
		ORT=1,460 SS=1,30949

Sağlıkla ilgili bilgiye ulaşmada, katılımcıların %86,8'i sağlık çalışanlarını, %5,5'i interneti, %2,4'ü aile üyeleri ve kitap/dergi/broşürü, %1,5'i yazılı basını, %1,1'i radyo/tv ve %0,2'si diğer kaynakları en güvenilir bilgi kaynağı olarak belirtmiştir. Yani katılımcıların büyük bir kısmı sağlık çalışanlarına güvenmektedir.

Tablo 2: Sağlıkla İlgili Başvurulan Kaynakların Kullanım Sıklığı

Sağlıkla İlgili Başvuru Kaynaklarını Kullanma Sıklığı	**Hiç Bir Zaman**		**Nadiren**		**Bazen**		**Sıklıkla**		**Her Zaman**	
	Fİ	%	Fİ	%	Fİ	%	Fİ	%	Fİ	%
Gazete	151	33,3	136	30	102	22,5	35	7,7	30	6,5
Dergi	188	41,4	124	27,3	110	24,2	21	4,6	11	2,5
Radyo & Tv	93	20,5	119	26,2	136	30	62	13,7	44	9,6
Kitap	126	27,8	120	26,4	129	28,4	59	13	20	4,4
Web Sayfaları	96	21,1	60	13,2	92	20,3	139	31	67	14,4
Sosyal Medya	127	28	77	17	108	23,8	89	20	53	12,1
Aile Üyeleri	47	10,4	82	18,1	136	30	113	25	76	16,5
Arkadaş/Tanıdık	67	14,8	96	21,1	140	30,8	99	22	52	11,3

Katılımcıların sağlıkla ilgili diyet, egzersiz, hastalıkların önlenmesi ve bazı özel sağlık konuları gibi bilgilere ulaşmak için kullanılan kaynaklar incelendiğinde; "her zaman" başvurulan ilk üç kaynak içerisinde aile üyeleri (%16,5), web sayfaları (%14,4) ve sosyal medya (%12,1) yer almaktadır.

Web sayfaları (%31), aile üyeleri (%25) ve arkadaş/tanıdık (%22) "sıklıkla" kullanılan bilgi kaynağı olarak belirtilmiştir. Bununla birlikte sağlıkla ilgili bilgiye ulaşmada kitap kullanımının %28,4 "bazen", %27,8 "hiçbir

zaman" ve %26,4 "nadiren" tercih edildiği ifade edilmiştir. Sağlıkla ilgili bilgilere ulaşmak için katılımcıların "nadiren" tercih ettiği başvuru kaynaklarının gazete (%30), dergi (%27,3) ve kitap (%26,4) olduğu görülmektedir.

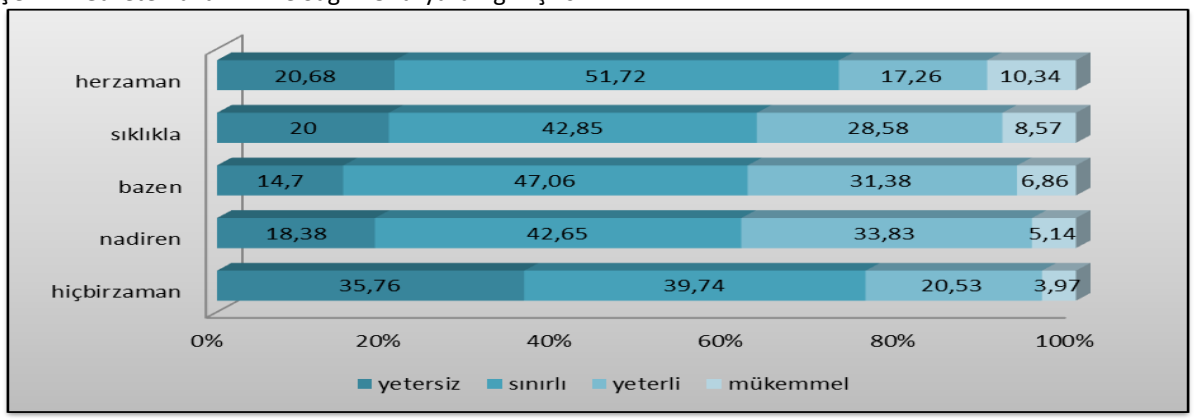
"Hiçbir zaman" başvurulmayan üç bilgi kaynağı ise dergi (%41,4), gazete (33,3) ve kitap (%27,8) şeklindedir. Aile üyeleri ve web sayfalarının sağlıkla ilgili bilgiye ulaşmak için gazete, kitap ve dergiye göre daha çok tercih edilen kaynaklar olduğu görülmüştür.

Tablo 3: Katılımcıların Sağlık Okuryazarlık Düzeyine Göre Medyadaki Bilgilere Dikkat Etme Durumu

TV, radyo vb.'deki reklamlarda sağlıkla ilgili bilgilere dikkat etme durumu	Hiçbir Zaman	Nadiren	Bazen	Sıklıkla	Her Zaman	**p**
Yetersiz	36,07	29,91	14,92	11,11	11,11	
Sınırlı	40,16	46,15	44,77	37,78	44,44	
Yeterli	19,68	22,22	32,85	40	33,33	0,02<0,05
Mükemmel	4,09	1,72	7,46	11,11	11,12	

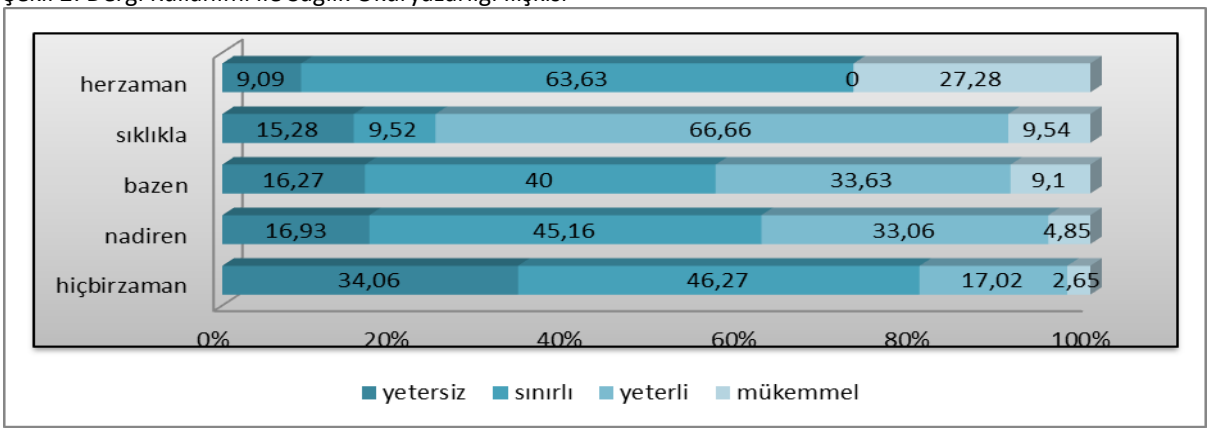
Tv/radyo vb. deki reklamlarda sağlıkla ilgili bilgilere dikkat etme durumu incelendiğinde; hiçbir zaman dikkat etmeyenlerin %36,07'si "yetersiz", %40,16'sı "sınırlı", %19,68'i "yeterli" ve %4,9'u "mükemmel" sağlık okuryazarlığı düzeyindedir. Her zaman dikkat edenlerin ise %11,11'inin "yetersiz", %44,44'ünün sınırlı, %33,3'ünün yeterli ve %11,12'sinin ise mükemmel sağlık okuryazarı olduğu sonucuna varılmıştır. Bireylerin reklamlardaki sağlıkla ilgili bilgilere dikkat etme sıklığı arttıkça, yetersizlik düzeyinin azaldığı görülmektedir.

Şekil 1: Gazete Kullanımı İle Sağlık Okuryazarlığı İlişkisi



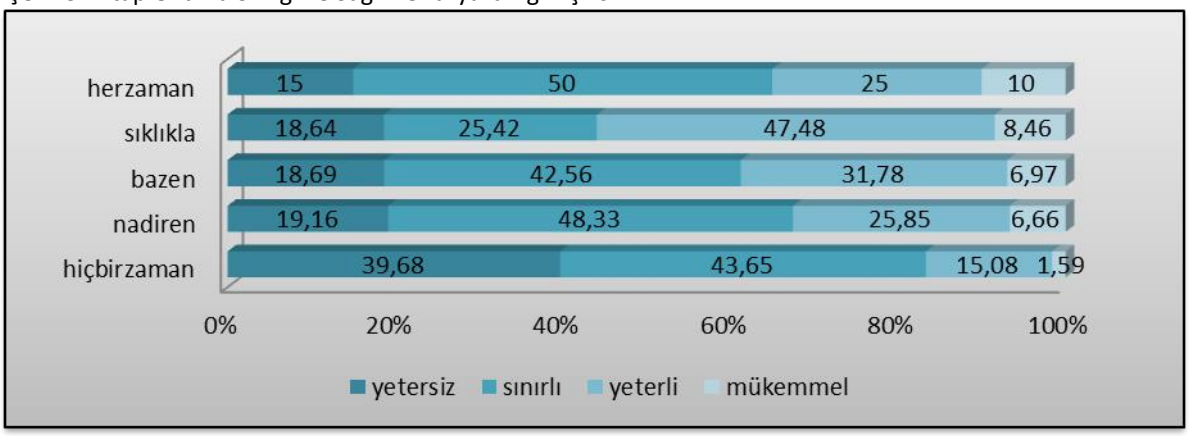
Bireylerin sağlıkla ilgili gazete kullanma sıklığı arttıkça, sağlık okuryazarlığı düzeyinin arttığı görülmektedir (Şekil:1). Sağlıkla ilgili bilgilere ulaşmak için gazeteyi hiçbir zaman tercih etmeyen bireylerin mükemmel sağlık okuryazarlığı oranı %3,97 iken, her zaman tercih edenlerin oranı %10,34 olarak bulunmuştur. Yapılan X^2 analizi sonucuna göre gazete kullanımı ile sağlık okuryazarlığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p=0,021<0,05).

Şekil 2: Dergi Kullanımı ile Sağlık Okuryazarlığı İlişkisi



Sağlıkla ilgili bilgiye ulaşmak için dergi kullanımı ve sağlık okuryazarlığı ilişkisi Şekil: 2'de gösterilmiştir. Hiçbir zaman dergiyi tercih etmeyenlerin %34,06'sı yetersiz sağlık okuryazarı iken her zaman dergiyi tercih edenlerin %9,09'u yetersiz sağlık okuryazarıdır. Sağlıkla ilgili dergiyi kullanım sıklığı arttıkça, yetersiz sağlık okuryazarlığı düzeyinin azaldığı görülmektedir. Yapılan χ^2 analizi sonucuna göre, dergi kullanımı ile sağlık okuryazarlığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p=0,000<0,05).

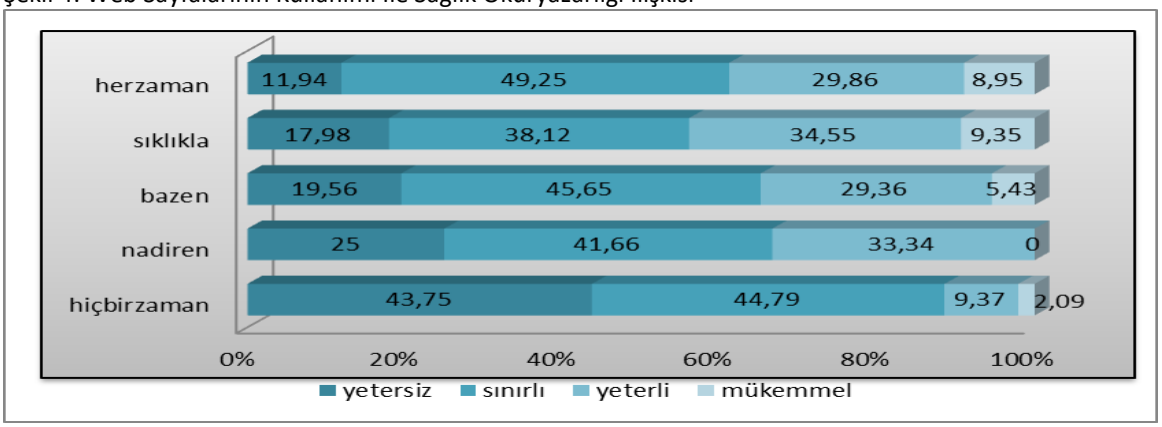
Şekil 3: Kitap Okuma Sıklığı ile Sağlık Okuryazarlığı İlişkisi



Kitap okuma sıklığı ile sağlık okuryazarlığı arasındaki ilişki incelendiğinde; her zaman kitap okuyan bireylerin yetersiz sağlık okuryazarlığı düzeyinin daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Şekil:3).

Hiçbir zaman kitap okumayı tercih etmeyen bireylerin mükemmel sağlık okuryazarlığı %1,59 iken, her zaman kitap okumayı tercih eden bireylerin mükemmel sağlık okuryazarlığı düzeyinin %10 olduğu ortaya çıkmıştır. Kitap okuma sıklığı arttıkça yetersiz sağlık okuryazarlığı düzeyinin düştüğü görülmektedir. Yapılan χ^2 analizi sonucuna göre kitap okuma sıklığı ile sağlık okuryazarlığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p=0,000<0,05).

Şekil 4: Web Sayfalarının Kullanımı İle Sağlık Okuryazarlığı İlişkisi



Sağlıkla ilgili bilgilere ulaşmak için web sayfalarını her zaman tercih eden bireylerin %11,94'ü, hiçbir zaman tercih etmeyenlerin %43,75'i yetersiz sağlık okuryazarlığı düzeyine sahiptir (Şekil: 4). Yapılan χ^2 analizi sonucuna göre, web sayfaları kullanımı ile sağlık okuryazarlığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p=0,000<0,05).

4. SONUÇ

Sağlık okuryazarlığı, bireyin sağlıklı bilgiye ulaşması, anlaması ve yorumlaması açısından önem arz etmektedir. Bireyin sağlıkla ilgili bilgiye ulaşırken doğru bilgiye nasıl ulaşacağını bilmesi gerekmektedir. Bu nedenle bireyin öncelikle bilgi okuryazarı olması beklenen bir durumdur. Bilgiye ulaşırken birey gazete, dergi, radyo, tv gibi medya araçlarından yararlanabilmektedir. Medyada yansıtılan sağlıkla ilgili bilginin doğruluğunun ortaya konulması açısından ise bireyin medya okuryazarı olması gerekmektedir.

Edirne İl Merkezinde yapılan araştırma sonucunda sağlık okuryazarlık düzeyleri ile bireylerin tv/radyo vb.'deki reklamlarda sağlıkla ilgili bilgilere dikkat etme durumu incelendiğinde; hiçbir zaman dikkat etmeyenlerin %36,07'si yetersiz sağlık okuryazarı iken %4,9'u mükemmel sağlık okuryazarı olduğu ortaya çıkmıştır. Sağlıkla

ilgili bilgilere ulaşmak için gazeteyi hiçbir zaman tercih etmeyen bireylerin mükemmel sağlık okuryazarlığı oranı %3,97 iken, her zaman tercih edenlerin oranı %10,34 olarak bulunmuştur. Bu durum, sağlıkla ilgili gazete kullanımı arttıkça sağlık okuryazarlığı düzeyinin arttığını göstermektedir. Hiçbir zaman dergiyi tercih etmeyenlerin %34,06'sı yetersiz sağlık okuryazarı iken her zaman dergiyi tercih edenlerin %9,09'u yetersiz sağlık okuryazarıdır. Yani bireylerin sağlıkla ilgili bilgiye ulaşmada dergiyi kullanım sıklığı arttıkça yetersizlik oranının azaldığı görülmüştür. Hiçbir zaman kitap okumayı tercih etmeyen bireylerin mükemmel sağlık okuryazarlığı %1,59 iken, her zaman kitap okumayı tercih eden bireyin mükemmel sağlık okuryazarlığı düzeyinin %10 olduğu ortaya çıkmıştır. Kitap okuma sıklığı arttıkça, yetersiz sağlık okuryazarlığı düzeyinin düştüğü görülmektedir.

Bireylerin sağlıkla ilgili bilgiye ulaşmak için yaygın olarak kullandığı yöntemlerden biri de bilgisayardır. Bireylerin bilgisayar üzerinden bilgiye erişimlerini sağlayabilmesi açısından bireyin temel düzeyde bilgisayar okuryazarı olması beklenmektedir. Sağlıkla ilgili bilgilere ulaşmak için web sayfalarını her zaman tercih eden bireylerin %11,94'ü, hiçbir zaman tercih etmeyenlerin %43,75'i yetersiz sağlık okuryazarlığı düzeyine sahiptir. Bu durum bireylerin sağlıkla ilgili web sayfalarını kullanım sıklığı arttıkça, yetersizlik oranının azaldığını ortaya koymaktadır.

Bu sonuçlar doğrultusunda bireyler sağlık okuryazarlığı konusunda bilinçlendirilmeli, medya okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığı ve bilgisayar okuryazarlığı gibi konularda ölçekler geliştirilmeli ve sağlık okuryazarlığı ile ilişkilendirilmelidir.

KAYNAKÇA

Akfındık, S. (2007). Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Öğrencilerinin Bilgisayar Okuryazarlık Düzeylerinin Belirlenmesi, (Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü, 405 Proje Çalışması), Ankara.

Başar, A., Tarihçi, S., İlhan, M., Ergün, M. Ali, Soncul, H. (2008). Hemşirelik Hizmetlerinde Bilgisayar Kullanımı: Gazi Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi Örneği, Bilişim Teknolojileri Dergisi, 1 (1), 43- 46.

Breivik, P. (2000). Information Literacy and Lifelong Learning: the Magical Partnership, Lifelong Learning Conference, 1-16.

Gömleksiz, M.N., Koç, A. (2010). Bilgisayar Okuryazarlığı Becerisi Ediniminde E-portfolyo Sürecinin Öğrenen Performansına ve Tutumlarına Etkisi, Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi, 12 (2), 75- 96.

Güleş, H.K., Özata, M. (2005). Sağlık Bilişim Sistemleri, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.

Hülür, A. B. (2016). Sağlık İletişimi, Medya ve Etik: Bir Sağlık Haberinin Analizi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 14 (1), 156- 178.

Ilgaz, A., Gözüm, S. (2016). Tamamlayıcı Sağlık Yaklaşımlarının Güvenilir Kullanımı İçin Sağlık Okuryazarlığının Önemi. Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi, 9 (2), 67- 77.

İşler, A. Ş. (2002). Günümüzde Görsel Okuryazarlık ve Görsel Okuryazarlık Eğitimi, Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 15 (1), 153-161.

Karaaslan, Y. (2015). Hayatı Tehdit Eden Bir Sorun: Bilgi Kirliliği, Sağlık-Sen Stratejik Araştırmalar Merkezi, 3-40.

Kaya, A., Yüksel, E., Öğüt, P. (2011). Sağlık Haberlerinde "Mucize Tedavi"Ler, Selçuk İletişim, 7 (1), 49-64.

Korkmaz, Ö., Mahiroğlu, A. (2009). Üniversiteyi Yeni Kazanmış Öğrencilerin Bilgisayar Okuryazarlık Düzeyleri, Kastamonu Eğitim Dergisi, 17 (3), 983- 1000.

Nielsen-Bohlaman, L., Panzer, A., Kinding, D. (2004). Health Literacy: A Prescription to End Confusion, Washington.

Nutbeam, D. (2000). Health Literacy as a Public Health Goal: A Challenge 91 for Contemporary Health Education and Communication Strategies into the 21st Century, Health Promotion International, 15(3), 259-267.

Welhausen, C. (2009). Toward a Visual Paideia: Visual Rhetoric in Undergraduate Writing Programs, (Yayınlanmamış Doktora Tezi). The University of New Mexico.

Yıldız, M. Ö. (2012). Görsel Okuryazarlık Üzerine, Marmara İletişim Dergisi, 19, 64-77.

Okyay, P., Abacıgil, F. (2016). Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Güvenilirlik ve Geçerlilik Çalışması, Sağlık Bakanlığı Yayını, Baskı: 1, Ankara.

Özdoğan, P. Ş. (2014). Radyoterapi Alan Hasta ve Yakınlarının Sağlık Okuryazarlığı ve Gereksinimlerine Yönelik Öğretim Materyali Geliştirilmesi, (Başkent Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi), Ankara.

Özgür, H. (2016). Öğretmen Adaylarının Yaşam Boyu Öğrenme Yeterlilikleri ve Bilgi Okuryazarlığı Öz-yeterlilikleri Üzerine Bir Çalışma, Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 12 (1), 22- 38.

Sezgin, D. (2013). Sağlık Okuryazarlığını Anlamak, Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, Özel Sayı: 3, 74- 92.

Simonds, S. K., (1974). Health Education as Social Policy, Health Education Monograph, 2, 1974, 1–25.

Topkaya, S. G. (2013). Hemşirelerin Bilgisayar Okuryazarlığının Sağlık Bakımından Bilgisayar Kullanımına Yönelik Tutumlarına Etkisi, (İstanbul Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.

Türkoğlu, Ç. (2016). Sağlık Okuryazarlığı ile Özbakım Gücü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Isparta İli Örneği, (Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi), Isparta.

Wileman, R. E. (1993). Visual Communicating, Englewood Cliffs, N.J.: Educational Technology Publications, 114.

Çatışma Yönetiminin İş Tatminine Olan Etkisi: Konuyla İlgili Bir Araştırma*

Ramazan Kayalı[1] **Prof.Dr.Agah Sinan ÜNSAR[2]** **Prof.Dr.Adil OĞUZHAN[3]**

[1] Trakya Üniversitesi S.B.Enstitüsü Tezsiz Yüksek Lisans Mezunu

[2]Trakya Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, sinanunsar@yahoo.com

[3] Trakya Üniversitesi İİBF Ekonometri Bölümü, adiloguzhan@trakya.edu.tr

Özet: Geçmişten günümüze sosyal yaşamın her alanında çatışma yaşanmıştır. Çatışmalar bireysel algılamalar, kişisel farklılıklar, amaçlar, inançlar, değerler ve iletişimde yaşanan sorunlar sonucu oluşmaktadır. Modern yönetim anlayışında çatışmanın örgütsel yaşamın bir gerçeği olduğu kabul edilmiştir. Örgütler çatışmayı ortadan kaldırmak yerine çatışma ile yaşamaya başlamışlardır. Çatışmanın örgüte olumlu veya olumsuz etkisi çatışmanın nasıl yönetildiği ile ilgilidir. Kabul edilebilir düzeydeki çatışmanın örgüte olumlu faydaları olduğu gibi aşırılığı olumsuz sonuçlara yol açmaktadır. Yöneticilere düşen önemli görev çalışanları arasındaki çatışmayı organizasyona katkı ve fayda sağlayacak şekilde yönetmesidir. Çalışanlar arasında yaşanan çatışmalar işyerinde özgün fikirlerin üretilmesine neden olabilir. Bu da işletmelere dinamik kazandırabilir. Bu araştırmada çatışma yönetiminin iş tatminine olan etkisi incelenmiştir. Çatışma yönetiminin iş tatminine olan etkisini ölçmek için yapılmış olan ampirik araştırmada, çalışanların demografik özelliklerine göre çatışma yönetimi ve iş tatmini alt boyutlarına bakışları arasında farklılık olduğu belirlenmiştir. Böylece çalışanların cinsiyetlerine göre çatışma yönetiminin problem çözme alt boyutunda, medeni durumlarına göre kaçınma alt boyutunda, yaşlarına göre uyma alt boyutunda, çalışma süresine göre ise zorlama alt boyutunda farklılık olduğu görülmüştür. Ayrıca çalışanların çalışma sürelerine göre iş tatminin işyeri alt boyutuna bakışları arasında farklılık bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Çatışma, Çatışma yönetimi, Verimlilik, İş tatmini.

Effect On Job Satisfaction Of Conflict Management: A Survey On The Subject

Abstract: From the past to the present, has experienced conflict in every aspect of social life. Individual differences in perceptions, personal conflicts, objectives, beliefs, values, and communication problems as a result. It is a fact of life in the Modern concept of organizational conflict management has been recognized. Organizations have begun to live with conflict rather than to eliminate the conflict. How to manage the organisation of the conflict relates to the positive or negative effect on the conflict. The positive benefits to the Organization as well as the acceptable level of conflict, extremism leads to adverse consequences. In this study, we examined the effect of conflict management job satisfaction. According to the results of the research methods of the solution of conflict avoiding, problem solving, dominating and compromising is a positive relationship between the job satisfaction have been identified.

Key Words: Conflict, Conflict management, Conflict Resolution Methods, Job Satisfaction

1. GİRİŞ

Tarihi süreç içinde insanlar hep birlikte yaşamış ve sosyal ilişkiler kurmuşlardır. İnsanlar toplu halde yaşaması sebebiyle sürekli birbirleri ile etkileşim halindedirler. Bu etkileşim sürecinde insanların her konuda anlaşma sağlaması mümkün olmamıştır. Bu yüzden hayatın her alanında anlaşmazlıklar, zıtlaşmalar, sürtüşmeler ve uyuşmazlıklar yaşanmıştır. Çatışma sürecinde insanlar ve diğer canlılar hayatlarını idame ettirmek için çevreleri ile çatışma içine girebilirler.(Arslan, 2012:113). Bu yüzden çatışmanın olmadığı sosyal ya da biçimsel yapıdan bahsetmek ve çatışmayı tamamen ortadan kaldırmak mümkün değildir. Günümüzde yöneticilerin karşılaştığı en zor sorunlardan bir tanesi de örgütsel çatışmadır. Yöneticiler çatışmayı yok etmeye çalışmaktan ziyade çatışmayı örgütün amaçları doğrultusunda yönetmelidirler. Çatışmanın hiç olmadığı örgütlerde dinamizm yok olmakta, kişisel gelişim azalmakta ve verimlilik düşmektedir. Eğer bir örgütte çok fazla çatışma yaşanıyorsa örgütün amaçlarına ulaşması güçleşir ve hatta örgütün kapanmasına neden olabilir. Çatışmanın optimum seviyede tutulması germektedir. Bu yüzden yöneticiler, çatışmaların işlevsel olup olmadığı kararını vererek en uygun çatışma çözme yöntemini belirlemelidirler. Çatışma yönetiminin iş tatminine olan etkisi ile ilgili bu çalışmada önce çatışma kavramı, ve çatışma yönetimi ile iş tatmini kavramının tanımı ve önemi açıklanmıştır. Daha sonra çatışma yönetiminin iş tatminine olan etkisini belirlemek için yapılan araştırmanın bulgularına ve değerlendirmesine yer verilmiştir.

* Bu bildiri Ramazan Kayalı'nın yüksek lisans projesinden üretilmiştir.

2. ÇATIŞMA KAVRAMI VE ÇATIŞMA YÖNETİMİ

Çatışma kavramı; başta psikoloji olmak üzere sosyoloji, antropoloji, ekonomi, siyasal bilim ve yönetim bilimi gibi birçok bilim dalında farklı boyutları göz önünde bulundurularak değişik şekillerde tanımlanmıştır (Topaloğlu ve Boylu, 2006:107; Topaloğlu, 2010:99; Seval, 2006:246). Marry Parker Follet, yönetim biliminde, örgütsel çatışma kavramına ilk dikkati çeken bilim insanıdır. (Üngüren vd.,2009:39; Akçakaya, 2003:4). Follet, çatışmayı çözmek için yöneticilerin; güç kullanımı, uzlaştırma ve bütünleştirme seçeneklerine sahip olduklarını belirtmiştir. Çatışma, iki veya daha fazla kişi ya da insan grupları arasında anlaşmazlık, uyumsuzluk ve zıtlaşma durumudur (Alzawahreh ve Khasawneh, 2011:148). Çatışma genellikle çıkar ve fikirlerle ilgili anlaşmazlıklar olarak tanımlanır (Lee, 2008:12). Çatışma için kullanılan başka bir tanım, sınırlı kaynakları elde etmek için yarışmaktır. Ancak bu tip tanımlamalar çatışma kavramı için fazla genel olmakla beraber doyurucu değildir. Doyurucu bir tanım yapmak için çatışmanın nasıl ve hangi özellikleriyle ele alınacağının öncelikle belirlenmesi gerekmektedir. Dolayısıyla çatışma, yapılan çalışmaların niteliğine ve amaçlarına göre birçok farklı şekilde tanımlanmaktadır. Buna göre tanımlar bireysel, sosyal ve örgütsel boyutlarda da ele alınmaktadır (Ertürk, 2009:5). Çatışmanın temel unsurları; anlaşmazlık yaşama, birbirine zıt olma ve uyum sağlayamamadır. Çatışma sürecinde kişiler kendi çıkarlarına ulaşmak ya da kendi görüşlerini kabul ettirmek isterler (Koçel, 2011:646). Çatışma; "bir seçeneği tercih etmede bireyin ya da bir grubun güçlükle karşılaşması ve bunun sonucu olarak karar verme mekanizmalarında bozulma" olarak tanımlanmaktadır (Can, 2005: 377). Çatışma, "dâhil olan kişi veya kişilerin iç ve dış koşullarıyla şekillenen, kişisel veya grup performansını olumlu veya olumsuz biçimde etkileyen kişiler arası dinamik bir süreçtir" (Özmen vd., 2011:87). Çatışma gerek fizyolojik gerekse psikolojik gereksinimlerin giderilmesine engel olan unsurların yarattığı gerginlik durumudur. (Eren, 2001:543). Çatışma için ele alınan tanımlara daha çok örgütsel bir açıdan bakarsak, çatışmanın bir örgütü oluşturan bireylerin arasında meydana gelmesine örgütsel çatışma denildiğini görürüz. Örgütsel çatışma; çalışma yaşamının sorunlarından kaynaklanan ve faaliyetlerin aksamasına yol açan haller olarak tanımlanabilir (Eren, 2001:543). Başka bir tanımlamaya göre örgütsel çatışma; amaçlar, tutumlar, duygular ve davranışlar arasındaki anlaşmazlıktan dolayı, iki veya daha fazla kişi veya gurup arasında uyuşmazlığa sebep olan herhangi bir durumdur (Topaloğlu, 2011:251). Daha anlaşılır bir tanımlama yaparsak örgütsel çatışmaya, örgüt üyelerinin birbirlerine karşı olumsuz davranışlarıdır diyebiliriz (Genç, 2007:272).

Çatışmanın yönetilmesi ve çözümü için çatışmanın nedenlerinin ve düzeyinin bilinmesi büyük önem taşır. Çatışmaların, her zaman tek ve belirgin bir nedene bağlı olduğunu söylemek oldukça güçtür (Pelit, 2005:74). Çatışma ile ilgili yapılan çalışmalarda çatışmanın nedenleri farklılık göstermektedir. Bu konuda en kapsamlı çalışmayı yapan Robbins çatışmanın sebeplerini örgütsel yapı, iletişim ve kişisel farklılıklar olmak üzere üç başlık altında incelemiştir (Robbins,1994:302).

> Çatışma yönetimi, örgütlerin karşılaştığı en zor sorunlardan biridir. Yapılan araştırmalar, yöneticilerin zamanlarının % 20'sini çatışma yönetimine harcadıklarını göstermektedir. Çatışma yönetimi kavramı modern yönetim anlayışının bir ürünüdür. Bilindiği üzere geleneksel yönetim anlayışı, çatışmanın yıkıcı olduğunu kabul ederek çatışmadan kesinlikle kaçınılması gerektiği görüşündedir. Geleneksel yaklaşım çatışmanın yönetilmesiyle değil çözümüyle ilgilenir. Modern yönetim anlayışı ise çatışmanın kaçınılmaz olduğunu kabul ederek çatışmanın örgüt çıkarları açısından yönetilmesinin gerektiği görüşündedir (Genç, 2007:279). Yöneticiler, çoğu kez çatışmayı negatif olarak görmeleri ve çatışmaya sadece yıkıcı bir anlam yüklemeleri dolayısıyla çatışmayla başa çıkmada yetersiz kalırlar. Öncellikle yapılması gereken, ön yargılardan kurtularak çatışmanın ne olduğunu anlamaya çalışmaktır (Mirzeoğlu, 2005:52). Çatışma yönetimi, anlaşmazlığı çözmek adına çatışmaya taraf olanların veya diğer bir tarafın karşılıklı olarak bazı girişimlerde bulunmasıdır (Yürür ve Soygüzel, 2010:34). Çatışma yönetimi; örgüt amaçlarını birey amaçlarına uygun düzeye getirmek için yapılan çabalardır. Çatışma örgütün doğal bir parçası olup, etkin yönetilemediği takdirde işletmeler çeşitli açılardan zarara uğrayabilecektir (Üngüren, 2008:904). Modern yönetim anlayışına göre bir örgütte çatışma kaçınılmazdır ve tamamen ortadan kaldırmak mümkün değildir. Bu nedenden dolayı yöneticiye düşen görev, bu çatışmaları organizasyonun yaşama ve gelişimine katkıda bulunacak şekilde çözümlemek ve yönetmektir (Koçel, 2011:645). Çatışmaya ilişkin etkileşimci yaklaşım, çatışmaların bir kısmının işlevsel niteliklere sahip olduğunu, önemli olan bunların desteklenmesi ve hatta yaratılması olduğunu vurgulamaktadır. Çatışmanın iyi veya kötü olmasını çatışmanın türüne bağlamaktadır. Örgütlerde ortaya çıkan çatışmaların etkili bir biçimde yönetilebilmesi, çatışmayı yönetecek bireylerin çatışmayı yönetme yöntem ve stratejilerini bilmeleri ile mümkün olacaktır. Hangi durumda hangi yöntem ve stratejilere başvurulacağını saptamak, tarafların kullanacakları yöntemleri bilmelerine ve bunları uygulama becerilerine bağlı olacaktır (Günbayı ve Karahan, 2006:214).

3. İŞ TATMİNİ KAVRAMI VE ÖNEMİ

İnsan hayatının odak noktasını iş oluşturmaktadır. İşsiz olan kişiler umutsuzdur ve bu nedenle insanlar zorunlu olmadıkları zaman bile çalışmak isterler. İnsanlar hayatlarının büyük bir kısmını işte geçirmektedirler. Bu açıdan değerlendirildiğinde çalışanlar beklentileri karşılandığında mutlu olmaktadırlar. Dolayısıyla iş tatmini önemli bir duygudur (Bakan ve Büyükbeşe, 2004:6). İş tatmin terimi; "istenen bir şeyin gerçekleşmesini sağlama, gönül doygunluğuna erme anlamlarını" taşımaktadır. İhtiyaçların tatmin edilmesi sonucu oluşan mutluluk durumu olarak tanımlanır (Karıcıoğlu, Timuroğlu ve Çınar, 2009:60). İş tatmini, örgütsel psikoloji literatüründe örgütsel davranışa doğrudan etkisi nedeniyle önemli bir yere sahiptir. Fakat yapılan araştırmaların yetersiz olması ve karışık sonuçlar vermesi yüzünden geçerli bir iş tatmini tanımı henüz yapılamadığı söylenebilir (Baş, 2002:19). İş tatmininin anlamına yönelik farklı birçok tanım söz konusudur. İş tatmini ile ilgili yapılan bazı tanımlamalar aşağıda verilmiştir.

İş tatmini, iş görenlerin işlerden duydukları hoşnutluk ya da hoşnutsuzluktur (Davis,1988:96). İş tatmini denilince, "işten elde edilen maddi çıkarlar ile işgörenin birlikte görev yapmaktan memnun olduğu iş arkadaşları ve üretim sonucunda sağladığı mutluluk akla gelir" (Bingöl, 1998:266). Başka bir ifadede, iş tatmini, "kişinin iş deneyimleri sonucunda ortaya çıkan olumlu ruh halidir, çalışanın işine karşı olumsuz tutumuna ise iş tatminsizliği şeklinde tanımlanmıştır" (Erdoğan, 1996:231). İş tatmini; bireylerin işlerine karşı sahip oldukları pozitif etki ya da hislerin tümü olarak tanımlanmıştır (Kaya, 2007:357). İş tatmini; "kişilerin işe karşı gösterdikleri olumlu ve pozitif tutumları, iş tatminsizliği ise olumsuz ve negatif tutumları olarak tanımlanmıştır "(Aziri, 2011:78). İş tatmini; kişinin iş başarısı veya iş tecrübesi sonucu oluşan zevkli veya olumlu hisleridir (Worrell, 2004:11). İş tatmini "çalışanların, çalışma ve iş ortamından bekledikleri ile algıladıkları durum arasındaki fark olarak belirtilmektedir". Çalışanlar işlerinden bekledikleri sonuçları elde ettikleri ölçüde işlerinden tatmin duyarlar (Eroğluer, 2011:123). İş tatmini, örgütsel davranış alanında ele alınan önemli konulardan birisidir. İş tatmininin örgüt çalışanları üzerindeki etkilerini ölçmeye ilişkin birçok araştırma yapılmış ve yapılmaya devam etmektedir. İş tatmini ilk kez 1911 yılında Taylor ve Gilbert tarafından yapılmıştır. Taylor ve Gilbert iş tatminini, "stres ve yorgunluğu en aza indirecek biçimde fabrikada çalışmaktır" şeklinde tanımlamışlardır (Berberoğlu ve Sağlam, 2010:106). İş tatmini kavramı esas olarak 20. Yüzyılın ilk yarısında ortaya çıkmış olup önemi anlaşılmıştır (Sevimli ve İşcan, 2005:55). Kısaca iş tatmini tanımlarsak, "bireyin kendi açısından değerlendirildiğinde işinden beklediği ile elde ettiklerinin işlevi, işine karşı gösterdiği olumlu ya da olumsuz duygusal tepki ve bireyin genel olarak işinden duyduğu memnuniyet olarak" tanımlayabiliriz (Saldamlı, 2008:697). Modern yönetim anlayışına göre, bir örgütte koşulların bozulduğunu gösteren en önemli gösterge iş tatmininin düşük olmasıdır. İş tatminsizliği zamanla iş yerindeki mevcut sistemi zayıflatarak örgütün çevresindeki zararlı unsurlara karşı olan reaksiyonunu azaltabilir (Akıncı, 2002:3).

İş tatminini düşük olması bozukluğuna, işten soğumaya, düşük verimliliğe ve sonuçta sağlıksız bir topluma ortam hazırlar. İş tatmini birey, örgüt ve yönetici açısından ayrı ayrı önem taşımaktadır (Özdemir, 2008:96).

4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu bölümde çatışma yönetiminin iş tatminine olan etkisi üzerine yapılan anket uygulaması ile araştırmanın modeli, yöntemi ve bulguları bu bölümde açıklanmıştır.

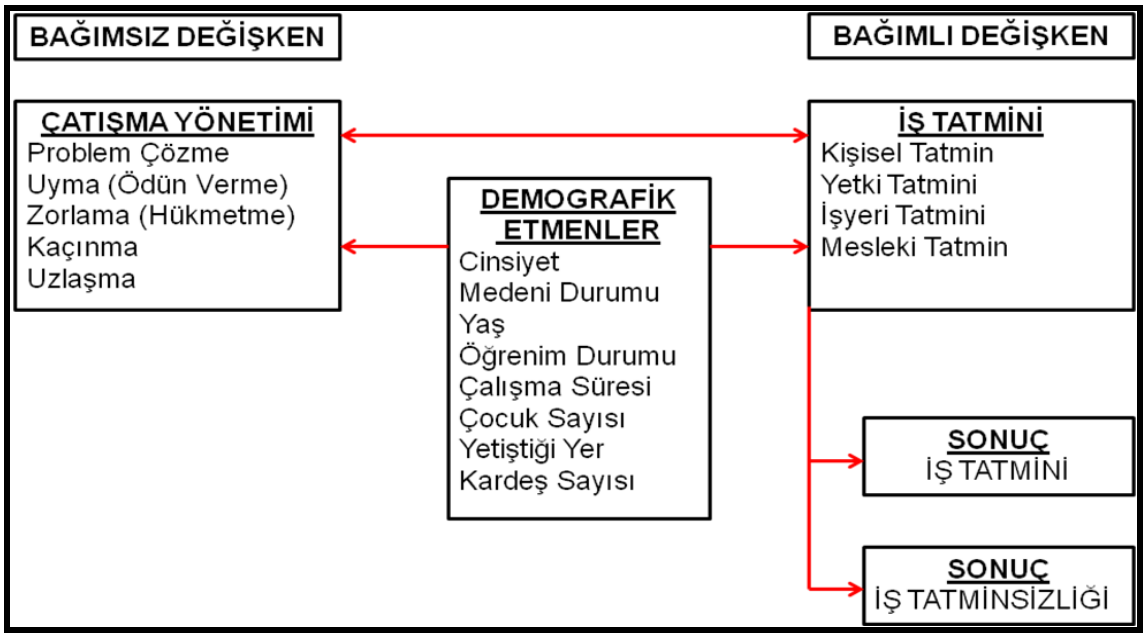
4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, örgütlerde çatışma yönetiminin iş tatminine olan etkisini görmek ve sosyo-demografik özelliklerin, çatışma yönetimi ve iş tatmini alt boyutlarının algılanmasında farklılıklar yaratıp yaratmadığını ortaya koymaktır. Bu çalışma, yöneticilerin örgütlerini çatışma durumunda işlevsel yönetmelerine ve çatışmanın iş tatminini nasıl etkilediğine ilişkin, öneri ve katkı getirmesi bakımından önem taşımaktadır.

4.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Araştırmanın modeli aşağıdaki şekilde tasarlanmıştır. Modelde görüldüğü gibi bağımsız bir değişken olan çatışma yönetiminin bağımlı değişken olan iş tatminine olan etkisi belirlenmeye çalışılacaktır. Bu bağlamda ara değişkenler olan demografik etmenlerin bu etkiye olan katkısı irdelenecektir.

Şekil 1: Araştırma Modeli



Çatışma çözme yöntemlerinin çalışanların iş tatminlerine etkisini ölçmek amacıyla yapılan hipotezler aşağıda sıralanmıştır;

H_1: Çalışanların cinsiyetlerine göre çatışma yönetimi alt boyutlarına bakışları arasında fark vardır.
H_2: Çalışanların medeni durumlarına göre çatışma yönetimi alt boyutlarına bakışları arasında fark vardır.
H_3: Çalışanların yaşlarına göre çatışma yönetimi alt boyutlarına bakışları arasında fark vardır.
H_4: Çalışanların çalışma sürelerine göre çatışma yönetimi alt boyutlarına bakışları arasında fark vardır.
H_5: Çalışanların çalışma sürelerine göre iş tatmini alt boyutlarına bakışları arasında fark vardır.

4.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Türkiye'de çalışan tüm tekstil çalışanları, örneklemini ise, Edirne ilinde faaliyette bulunan bir tekstil işletmesinde çalışanlar oluşturmaktadır.

4.4. Verilerin Toplanması

Bu araştırma, anket ve birincil verilere dayalı anlık araştırma yöntemi kullanılarak uygulanmıştır. Yapılan ankette cevaplayıcılardan demografik birtakım bilgilerin yanı sıra 48 adet soruyu Likert ölçeğine uygun olarak cevaplandırmaları istenmiştir. Personel tarafından cevaplanmak üzere toplam 600 adet anket formu dağıtılmış olup bunlardan 400 adedi cevaplanarak tarafımızdan değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Anket 3 ayrı bölüm olarak düzenlenmiştir. Birinci bölümde personelin sosyo-demografik özellikleri hakkında bilgi sahibi olabilmek ilgili sorular yöneltilmiştir. İkinci bölümde ise; Rahim tarafından geliştirilen Çatışma Çözme Ölçeği-II kullanılmıştır. Türkçeye Neiderauer tarafından uyarlanmıştır (İnandı vd., 2013:280). Bu ölçek, örgüt içinde yaşanan çatışmaların hangi yöntemlerle çözümlendiğini belirlemek amacıyla, ankete katılanların geri bildirimlerine ve faktör analizine dayandırılmaktadır (Baykal ve Kovancı, 2008:29). Üçüncü bölümde ise iş tatmini soruları için Minnessota Tatmin Anketi'den "MSQ-Minnesota Satisfaction Questionnarie" yararlanılmıştır. 1985 yılında Aslı Baycan tarafından Türkçe'ye çevrilmiştir. (Üstüner ve Özçelik, 2012:229). Anket sorularının yanıtlanmasında beşli Likert ölçeği kullanılmıştır. Ankete katılanlardan alınan cevaplar toplanarak bilgisayar ortamına aktarılmış ve "SPSS for Windows 17" programı kullanılarak bir takım istatistiksel teknikler ile yorumlamaları yapılmıştır.

4.5. Verilerin Çözümü ve Yorumlanması

Bu bölümde araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirlik ve geçerliliği açıklanmış, daha sonra ölçeğe faktör analizi yapılmış ve belirlenen alt boyutların varyans analizi ile elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

4.6. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılım gösteren çalışanların demografik özelliklerinden cinsiyet, medeni durum, yaş, öğrenim durumu, çalışma süresi, çocuk sayısı, yetişme çağında en uzun bulunulan yer ve kardeş sayısı aşağıdaki Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1: Ankete Katılanların Demografik Özellikleri

Değişkenler	Seçenekler	Frekans	% Frekans
Cinsiyet	Kadın	292	73,0
	Erkek	108	27,0
	Toplam	400	100,0
Medeni Durum	Evli	280	70,0
	Bekâr	120	30,0
	Toplam	400	100,0
Yaş Durumu	<=25	130	32,5
	26-35	142	35,5
	36-45	100	25,0
	46 ve+	28	7,0
	Toplam	400	100,0
Öğrenim Durumu	İlköğretim	144	36,0
	Lise	204	51,0
	Önlisans	44	11,0
	Lisans	8	2,0
	Toplam	400	100,0
Çalışma Süresi	<=5	226	56,5
	6-10	96	24,0
	11-20	60	15,0
	21 ve+	18	4,5
	Toplam	400	100,0

Tablo 1 de öncelikle frekans, sonrasında da toplam gözlem sayısına göre yüzde frekans değerleri yer almaktadır. Genel olarak araştırmaya katılanlar incelendiğinde;

- Ankete katılanların % 73'ünün (292) kadın ve % 27'sinin (108) erkek olduğu görülmektedir.
- Ankete katılanların % 70'i (280) evli, % 30'u (120) bekârdır.
- Araştırmada kullanılan örneklem içerisinde yer almış kişilerin %32,5'i (130) 25 yaş ve altı, % 35,5'i (142) 26-35 yaş, % 25'i (100) 36-45 yaş ve % 7'si (28) 46 ve daha büyük yaş arasındadır.
- Ankete katılanların % 36'sı (144) ilköğretim, % 51'i (204) lise, % 11'i (44) Ön lisans, % 2'i (8) lisans mezunudur.
- Çalışma sürelerine bakıldığında ise; % 56,5'i (226) 5 yıl ve daha az, % 24'ü (96) 6-10 yıl, % 15'i (60) 11-20 yıl, % 4,5'i (18) 21 yıl ve daha üstü çalışanlardan oluşmaktadır.

Özetlemek gerekirse araştırmaya katılanların büyük bir kısmının kadın olduğu, yaşlarının genellikle 18-35 arasında olduğu, büyük kısmının evli olduğu, öğrenim durumlarının genellikle lise mezunu olduğu, çoğunlukla 5 yıl ve daha az çalıştıkları görülmektedir.

4.7. Faktör Analizi ve Güvenilirlik Testi

Çatışma yönetimi ölçeğinde beş alt boyut bulunmaktadır. Çatışma yönetimi ölçeğinde birinci alt boyut problem çözme, ikinci alt boyut uyma, üçüncü alt boyut zorlama, dördüncü alt boyut kaçınma ve beşinci alt boyut olarak uzlaşma olarak adlandırılmıştır. İş tatmini ölçeğinde ise faktörlere maddelerin içerikleri dikkate alınarak isimler verilmeye çalışılmıştır. Buna göre birinci alt boyut kişisel tatmin, ikinci alt boyut yetki tatmini, üçüncü alt boyut işyeri tatmini ve dördüncü alt boyut mesleki tatmini olarak adlandırılmıştır. Yapılan analizde gerek çatışma yönetimi gerekse iş tatmini ölçeklerinin ά Cronbach katsayıları 0.90 olarak çıkmış olup yüksek güvenilirlik düzeyine sahip olduğu söylenebilir.

4.8. Araştırmanın Bulguları ve Yorumu

Çalışanların Cinsiyetlere Göre Çatışma Yönetimi Alt Boyutlarına Bakışları Arasındaki Farklara İlişkin Bulgular

Aşağıdaki Tablo 2'de çalışanların cinsiyetlerine göre çatışma yönetimi alt boyutlarına bakışları arasındaki farklılıklara yer verilmiştir.

Tablo 2: Çalışanların Cinsiyetlerine Göre Çatışma Yönetimi Alt Boyutlarına Bakışları Arasındaki Farklılığın Testi

	Cinsiyet	**Gözlem Sayısı**	**Sıra Ortalaması**	**Sıra Toplamı**
Problem Çözme	Kadın	292	192.94	56339.00
	Erkek	**108**	**220.94**	**23861.00**
	Toplam	400		
Uyma	Kadın	292	195.63	57124.00
	Erkek	108	213.67	23076.00
	Toplam	400		
Zorlama	Kadın	292	203.04	59289.00
	Erkek	108	193.62	20911.00
	Toplam	400		
Kaçınma	Kadın	292	202.77	59208.50
	Erkek	108	194.37	20991.50
	Toplam	400		
Uzlaşma	Kadın	292	197.95	57801.00
	Erkek	108	207.40	22399.00
	Toplam	400		

	Problem Çözme	**Uyma**	**Zorlama**	**Kaçınma**	**Uzlaşma**
Mann-Whitney U	13561.000	14346.000	15025.000	15105.500	15023.000
Wilcoxon W	56339.000	57124.000	20911.000	20991.500	57801.000
Z	-2.156	-1.389	-0.725	-0.648	-0.730
Anlamlılık	**0.031**	0.165	0.468	0.517	0.465

H_0: Çalışanların cinsiyetlerine göre çatışma yönetimi alt boyutlarına bakışları arasında fark yoktur.

H_1: Çalışanların cinsiyetlerine göre çatışma yönetimi alt boyutlarına bakışları arasında fark vardır.

Yukarıda yer alan Tabloda anlamlılık değerleri incelendiğinde; problem çözme alt boyutu haricinde diğer bütün değerler 0,05'ten büyük olduğu için H_0 hipotezi kabul edilmekte ve bu boyutlarda erkek ve kadın çalışanların

bakış açılarında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Problem çözme alt boyutu ise, 0,05'ten küçük olduğu için çalışanların cinsiyetlerine göre çatışma yönetiminin bu alt boyutuna bakışları arasında anlamlı bir fark vardır. Bu farklılığın erkek çalışanlardan kaynaklandığı görülmüştür. Böylece H_1 hipotezi problem çözme alt boyutu ile kabul edilmiştir. Toplumsal yaşantımızda erkeklere kadınlara göre daha girişken (atılgan) bir rol biçilmesi nedeniyle erkeklerin karşı taraf ile yaşanan sorunlarda bilgi alışverişinde bulunduğu, istek ve düşüncelerini açıkça ortaya koyduğu ve iş birliği yaparak kabul edilebilir bir karara vardığı söylenebilir.

Çalışanların Medeni Durumlarına Göre Çatışma Yönetimi Alt Boyutlarına Bakışları Arasındaki Farklara İlişkin Bulgular

Aşağıdaki Tablo 3 'de çalışanların medeni durumlarına göre çatışma yönetimi alt boyutlarına bakışları arasındaki farklılıklara yer verilmiştir.

Tablo 3: Çalışanların Medeni Durumlarına Göre Çatışma Yönetimi Alt Boyutlarına Bakışları Arasındaki Farklılığın Testi

	Medeni Durum	**Gözlem Sayısı**	**Sıra Ortalaması**	**Sıra Toplamı**
Problem Çözme	Evli	280	201.77	56496.00
	Bekâr	120	197.53	23704.00
	Toplam	400		
Uyma	Evli	280	195.59	54764.00
	Bekâr	120	211.97	25436.00
	Toplam	400		
Zorlama	Evli	280	201.93	56541.50
	Bekâr	120	197.15	23658.50
	Toplam	400		
Kaçınma	Evli	280	191.03	53487.50
	Bekâr	**120**	**222.60**	**26712.50**
	Toplam	400		
Uzlaşma	Evli	280	203.64	57018.50
	Bekâr	120	193.18	23181.50
	Toplam	400		

	Problem Çözme	**Uyma**	**Zorlama**	**Kaçınma**	**Uzlaşma**
Mann-Whitney U	16444.000	15424.000	16398.500	14147.500	15921.500
Wilcoxon W	23704.000	54764.000	23658.500	53487.500	23181.500
Z	-0.337	-1.302	-0.380	-2.512	-0.834
Anlamlılık	0.736	0.193	0.704	**0.012**	0.404

H_0: Çalışanların medeni durumlarına göre çatışma yönetimi alt boyutlarına bakışları arasında fark yoktur.

H_2: Çalışanların medeni durumlarına göre çatışma yönetimi alt boyutlarına bakışları arasında fark vardır.

Yukarıda yer alan Tablodaki anlamlılık değerleri incelendiğinde; kaçınma alt boyutu haricinde diğer bütün değerler 0,05'ten büyük olduğu için H_0 hipotezi kabul edilmekte ve bu boyutlarda evli ve bekâr çalışanların bakış açılarında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Kaçınma alt boyutu ise, 0,05'ten küçük olduğu için çalışanların medeni durumlarına göre çatışma yönetiminin bu alt boyutuna bakışları arasında anlamlı bir fark

vardır. Bu farklılığın bekâr çalışanlardan kaynaklandığı görülmüştür. Böylece H_2 hipotezi kaçınma alt boyutu ile kabul edilmiştir. Bekârların evlilere göre daha az sorumluluk alması nedeniyle karşı taraf ile anlaşmazlıklara düşmekten kaçındığı, anlaşmazlıkları görmezden geldiği ve anlaşmazlığa neden olan konuları açıkça konuşmaktan çekindiği söylenebilir.

Çalışanların Yaşlarına Göre Çatışma Yönetimi Alt Boyutlarına Bakışları Arasındaki Farklara İlişkin Bulgular

Aşağıdaki Tablo 4'de çalışanların yaşlarına göre çatışma yönetimi alt boyutlarına bakışları arasındaki farklılıklara yer verilmiştir.

Tablo 4: Çalışanların Yaşlarına Göre Çatışma Yönetimi Alt Boyutlarına Bakışları Arasındaki Farklılığın Testi

	Yaş	**Gözlem Sayısı**	**Sıra Ortalaması**
Problem Çözme	<=25	130	201.04
	26-35	142	189.08
	36-45	100	205.79
	46 ve+	28	237.04
	Toplam	400	
Uyma	<=25	130	217.05
	26-35	142	187.10
	36-45	100	183.36
	46 ve+	**28**	**252.86**
	Toplam	400	
Zorlama	<=25	130	187.63
	26-35	142	200.81
	36-45	100	212.96
	46 ve+	28	214.18
	Toplam	400	
Kaçınma	<=25	130	213.92
	26-35	142	201.00
	36-45	100	187.75
	46 ve+	28	181.18
	Toplam	400	
Uzlaşma	<=25	130	203.66
	26-35	142	193.93
	36-45	100	196.81
	46 ve+	28	232.32
		400	

	Toplam

	Problem Çözme	Uyma	Zorlama	Kaçınma	Uzlaşma
Ki-Kare	4.420	12.582	3.176	3.780	2.811
df	3	3	3	3	3
Anlamlılık	0.220	**0.006**	0.365	0.286	0.422

H_0: Çalışanların yaşlarına göre çatışma yönetimi alt boyutlarına bakışları arasında fark yoktur.
H_3: Çalışanların yaşlarına göre çatışma yönetimi alt boyutlarına bakışları arasında fark vardır.

Yukarıda yer alan Tablodaki anlamlılık değerleri incelendiğinde; uyma alt boyutu haricinde diğer bütün değerler 0,05'ten büyük olduğu için H_0 hipotezi kabul edilmekte ve bu boyutlarda çalışanların bakış açılarında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Uyma alt boyutu ise, 0,05'ten küçük olduğu için çalışanların yaşlarına göre çatışma yönetiminin bu alt boyutuna bakışları arasında anlamlı bir fark vardır. Bu farklılığın 46 ve daha büyük yaş grubuna dâhil olan çalışanlardan kaynaklandığı görülmüştür. Böylece H_3 hipotezi uyma alt boyutu ile kabul edilmiştir.

46 ve daha büyük yaşta olan çalışanların olgun olmaları, işe, çalışma ortamına ve arkadaşlarına diğerlerine göre daha fazla uyum sağlamaları nedeniyle karşı taraf ile yaşanan anlaşmazlıklarda karşı tarafın, beklenti ve isteklerine uyduğu ve kendi beklenti ve isteklerinden ödün verdiği söylenebilir.

Çalışanların Çalışma Sürelerine Göre Çatışma Yönetimi Alt Boyutlarına Bakışları Arasındaki Farklara İlişkin Bulgular

Aşağıdaki Tablo 5 de çalışanların çalışma sürelerine göre çatışma yönetimi alt boyutlarına bakışları arasındaki farklılıklara yer verilmiştir.

Tablo 5: Çalışanların Çalışma Sürelerine Göre Çatışma Yönetim Alt Boyutlarına Bakışları Arasındaki Farklılığın Testi

	Çalışma Süreleri	Gözlem Sayısı	Sıra Ortalaması
Problem Çözme	<=5	226	205.30
	6-10	96	180.29
	11-20	60	202.74
	21 ve+	18	240.58
	Total	400	
Uyma	<=5	226	201.55
	6-10	96	185.51
	11-20	60	201.34
	21 ve+	18	264.47
	Total	400	
Zorlama	<=5	226	189.15
	6-10	96	197.05
	11-20	**60**	**247.23**
	21 ve+	18	205.67

	Total	400	
Kaçınma	<=5	226	204.18
	6-10	96	198.11
	11-20	60	192.91
	21 ve+	18	192.31
	Total	400	
Uzlaşma	<=5	226	204.68
	6-10	96	190.75
	11-20	60	187.07
	21 ve+	18	244.78
	Total	400	

	Problem Çözme	**Uyma**	**Zorlama**	**Kaçınma**	**Uzlaşma**
Ki-Kare	5.541	7.186	12.146	0.624	4.482
df	3	3	3	3	3
Anlamlılık	0.136	0.066	**0.007**	0.891	0.214

H_0: Çalışanların çalışma sürelerine göre çatışma yönetimi alt boyutlarına bakışları arasında fark yoktur.

H_4: Çalışanların çalışma sürelerine göre çatışma yönetimi alt boyutlarına bakışları arasında fark vardır.

Yukarıda yer alan Tablodaki anlamlılık değerleri incelendiğinde; zorlama alt boyutu haricinde diğer bütün değerler 0,05'ten büyük olduğu için H_0 hipotezi kabul edilmekte ve bu boyutlarda çalışanların bakış açılarında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Zorlama alt boyutu ise, 0,05'ten küçük olduğu için çalışanların çalışma sürelerine göre çatışma yönetiminin bu alt boyutuna bakışları arasında anlamlı bir fark vardır. Bu farklılığın 11-20 yıl arası çalışanlardan kaynaklandığı görülmüştür. Böylece H_4 hipotezi zorlama alt boyutu ile kabul edilmiştir.

11-20 yıl arası çalışanların, sistemi tanımaları, bu yıllarda önemli mevkilere gelmeleri ve mevkilerinden kaynaklanan yetkilerin farkında olmaları nedeniyle zor kullanma, baskı, ceza, tehdit gibi davranışlar üzerine kurulu, temelinde karşı tarafın zararına da olsa, ne pahasına olursa olsun kazanma, kendi görüşlerini kabul ettirme düşüncesi yatan, zorlama yöntemini kullanıldığı söylenebilir.

Çalışanların Çalışma Sürelerine İş Tatmini Alt Boyutlarına Bakışları Arasındaki Farklara İlişkin Bulgular

Aşağıdaki Tablo 6'da çalışanların çalışma sürelerine göre iş tatmini alt boyutlarına bakışları arasındaki farklılıklara yer verilmiştir.

Tablo 6: Çalışanların Çalışma Sürelerine Göre İş Tatmini Alt Boyutlarına Bakışları Arasındaki Farklılığın Testi

	Çalışma Süresi	**Gözlem Sayısı**	**Sıra Ortalaması**
Kişisel Tatmin	<=5	226	202.23
	6-10	96	193.89
	11-20	60	208.95
	21 ve+	18	185.92
		400	

	Total		
Yetki Tatmini	<=5	226	206.23
	6-10	96	174.81
	11-20	60	214.92
	21 ve+	18	217.56
	Total	400	
İş Yeri Tatmini	**<=5**	**226**	**211.33**
	6-10	96	168.29
	11-20	60	209.50
	21 ve+	18	206.39
	Total	400	
Mesleki Tatmini	<=5	226	199.12
	6-10	96	182.90
	11-20	60	220.15
	21 ve+	18	246.17
	Total	400	

	Kişisel Tatmin	**Yetki Tatmini**	**İş Yeri Tatmini**	**Mesleki Tatmini**
Ki-Kare	0.975	6.642	9.955	6.880
df	3	3	3	3
Anlamlılık	0.807	0.084	**0.019**	0.076

H_0: Çalışanların çalışma sürelerine göre iş tatmini alt boyutlarına bakışları arasında fark yoktur.

H_5: Çalışanların çalışma sürelerine göre iş tatmini alt boyutlarına bakışları arasında fark vardır.

Yukarıda yer alan Tablodaki anlamlılık değerleri incelendiğinde; iş yeri tatmini alt boyutu haricinde diğer bütün değerler 0,05'ten büyük olduğu için H_0 hipotezi kabul edilmekte ve bu boyutlarda çalışanların bakış açılarında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. İşyeri tatmini alt boyutu ise, 0,05'ten küçük olduğu için çalışanların çalışma sürelerine göre iş tatminin bu alt boyutuna bakışları arasında fark vardır Bu farklılığın 5 yıl ve daha az çalışanlardan kaynaklandığı görülmüştür. Böylece H_5 hipotezi işyeri tatmini alt boyutu ile kabul edilmiştir.

5 yıl ve daha az çalışanların diğer çalışanlara göre, işletmede yeni olmaları, beklentilerinin olması ve başarıları sonucunda takdir edilmekten hoşlanmaları nedeniyle iş yerinde tatmin oldukları söylenebilir.

Çatışma Yönetimi ve İş Tatmini Sonuçlarına İlişkin Regresyon Analizi

Bu başlık altında öncelikle toplam iş tatmini ve çatışma yönetimini etkiyen faktörler arasında regresyon model denemeleri ele alınacaktır. Regresyon analizi iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkileri ölçmek için kullanılır.

Tablo 7: Regresyon Analizi

Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişkenler				
	Model 1	**Model 2**	**Model 3**	**Model 4**	**Model 5**
	Toplam İş Tatmini	**Kişisel Tatmin**	**Yetki Tatmini**	**İşyeri Tatmini**	**Mesleki Tatmin**
Sabit	18	1,767	8,366	7,423	2,54
Problem Çözme	0,549 (4,202) **[0.000]**	0,178 (3,360) **[0.001]**	0,243 (5,245) **[0.000]**	0,178 (9,74) **[0.000]**	
Uyma (Ödün Verme)	-	-	-	-	0,106 (3,612) **[0.000]**
Zorlama	0,590 (4,725) **[0.000]**	0,219 (4,323) **[0.000]**	0,239 (4,376) **[0.000]**	0,109 (3,225) **[0.001]**	-
Kaçınma	0,908 (5,607) **[0.000]**	0,314 (4,788) **[0.000]**	0,333 (4,574) **[0.000]**	-	0,127 (3,329) **[0.001]**
Uzlaşma	0,724 (3,166) **[0.002]**	0,267 (2,885) **[0.004]**	-	-	0,256 (6,283) **[0.000]**
R^2	0,358	0,293	0,225	0,146	0,235
F	55,061	41	38,226	33,846	40,614

Tablo 7'ye göre;

- Toplam iş tatminini etkileyen faktörler olarak çatışma yönetiminin alt boyutları olan, problem çözme, uyma, zorlama, kaçınma ve uzlaşmayı açıklayıcı değişken olarak model 1'de doğrusal çoklu regresyon denediğimizde uyma (ödün verme) alt boyutu istatistikî ve iktisadi bekleyişlere göre uygun olmadığından modelden çıkarılarak tahmin edilmiştir. Bu modelde standartlaştırılmış parametrelere göre en önemli açıklayıcı değişkenin kaçınma (β=0,239) boyutu olduğu diğerleri ise sırasıyla problem çözme (β=0,232), zorlama (β=0,204) ve uzlaşma (β=0,175) olduğu model tahmin sonucu ortaya çıkmıştır. Tablo 7'de görüldüğü üzere, toplam iş tatminini açıklayan en önemli açıklayıcı değişken çatışma çözüm yöntemlerinden kaçınma yöntemidir. Bunun nedeni olarak; kişiler tarafından çatışmayı görmezden gelmenin en kolay ve en eski tepki olması, sorumluluk altına girmenin meşakkatli olması ve gerçekten konunun önemsiz olduğu durumlarda zaman kazanmanın amaçlanması söylenebilir. Çatışmadan kaçınılması geçici bir çözüm yöntemi olmasına rağmen iş tatmini sağladığı bu araştırma sonucu ortaya çıkmıştır. Kişisel tatmini etkileyen faktörler olarak çatışma yönetiminin alt boyutlarını açıklayıcı değişken olarak model 2'de doğrusal çoklu regresyon denediğimizde uyum alt boyutu istatistikî ve iktisadi bekleyişlere göre uygun olmadığından modelden çıkarılarak tahmin edilmiştir. Bu modelde standartlaştırılmış parametrelere göre en önemli açıklayıcı değişkenin kaçınma (β=0,214) boyutu olduğu diğerleri ise sırasıyla zorlama (β=0,196), problem çözme (β=0,195) ve uzlaşma (β=0,168) olduğu model tahmin sonucu ortaya çıkmıştır. İş tatmininin alt boyutlarından kişisel tatmini açıklayan en önemli açıklayıcı değişken çatışma çözüm yöntemlerinden kaçınma yöntemidir. Bunun nedeni olarak; yukarıda belirtilen nedenlere ilave olarak kişi işinde, terfi imkânı, iyi bir ücret elde etme, kişisel yetenekleri kullanma ve kendi kararlarını uygulama serbestliği gibi kişisel tatmin sağlayan unsurlara ulaşmak için anlaşmazlıklardan kaçınmayı yeğlediği, etliye sütlüye karışmadığı söylenebilir. Kişisel menfaat elde etmek için çatışmanın görmezden gelinmesinin doğal olduğu değerlendirilmektedir. Yetki tatminini etkileyen faktörler olarak çatışma yönetiminin alt boyutlarını açıklayıcı değişken olarak model 3'de doğrusal çoklu regresyon olarak denediğimizde uyum ve uzlaşma boyutları istatistikî ve iktisadi bekleyişlere göre uygun olmadığından

modelden çıkarılarak tahmin edilmiştir. Bu modelde standartlaştırılmış parametrelere göre en önemli açıklayıcı değişkenin problem çözme (β=0,251) boyutu olduğu diğerleri ise sırasıyla kaçınma (β=0,214) ve zorlama (β=0,202) olduğu model tahmin sonucu ortaya çıkmıştır. İş tatmininin alt boyutlarından yetki tatminini açıklayan en önemli açıklayıcı değişken çatışma çözüm yöntemlerinden problem çözme yöntemidir. Yetki sahibi kişilerce, çatışmalarda aktif bir işbirliği yapmasının sağlanması, açık bir iletişimin yaşanması, çatışmanın üzerine tam anlamıyla gitmesi ve sonuç olarak da çatışmanın çözüldüğünün görülmesi yetki tatmini sağladığı söylenebilir. Çünkü başkaları için bir şeyler yapabilme olanağının olması, kişinin kendi kararlarının uygulanması ve toplumda saygın bir yer edinmek kişileri memnun etmektedir. İşyeri tatminini etkileyen faktörler olarak çatışma yönetiminin alt boyutlarını açıklayıcı değişken olarak model 4'de doğrusal çoklu regresyon olarak denediğimizde uyum, kaçınma ve uzlaşma alt boyutları istatistikî ve iktisadi bekleyişlere göre uygun olmadığından modelden çıkarılarak tahmin edilmiştir. Bu modelde standartlaştırılmış parametrelere göre en önemli açıklayıcı değişkenin problem çözme (β=0,310) boyutu olduğu diğerinin ise zorlama (β=0,155) olduğu model tahmin sonucu ortaya çıkmıştır. İş tatmininin alt boyutlarından işyeri tatminini açıklayan en önemli açıklayıcı değişken çatışma çözüm yöntemlerinden problem çözme yöntemidir. Bunun nedeni olarak; çalışma ortamında çatışmaların işbirliği içinde çözülmesi ve işyerinde açık bir iletişimin olması söylenebilir. Eğer çalışma arkadaşları birbirleriyle anlaşamıyorlarsa ve çalışma şartlarında sıkıntılar (güvenlik, sağlık vb.) mevcut ise kişilerin tatmin olması beklenemez. Bu sorunların çözülmesi sonucu işyeri tatmininin sağlaması doğaldır. Mesleki tatmini etkileyen faktörler olarak çatışma yönetiminin alt boyutlarının açıklayıcı değişken olarak model 5'de doğrusal çoklu regresyon olarak denediğimizde problem çözme ve zorlama alt boyutları istatistikî ve iktisadi bekleyişlere göre uygun olmadığından modelden çıkarılarak tahmin edilmiştir. Bu modelde standartlaştırılmış parametrelere göre en önemli açıklayıcı değişkenin uzlaşma (β=0,299) boyutu olduğu diğerleri ise sırasıyla uyum (β=0,182) ve kaçınma (β=0,160) olduğu model tahmin sonucu ortaya çıkmıştır. İş tatmininin alt boyutlarından mesleki tatmini açıklayan en önemli açıklayıcı değişken çatışma çözüm yöntemlerinden uzlaşma yöntemidir. Sabit bir iş olanağının bulunması, işin insanlar için bir meşgale olması kişileri mesleki açıdan tatmin etmektedir. Çatışma çözümünde orta yol bulunması, uzlaşma sağlamak için pazarlıkların yapılması ve karşılıklı tavizlerin verilmesi mesleki tatminin uzlaşma yöntemi ile sağlanması anlamına gelebilir.

5. SONUÇ

Çatışma yönetiminin iş tatminine olan etkisini ölçmek için yapılmış olan araştırmada, öncelikle çalışanların demografik özelliklerine göre çatışma yönetimi ve iş tatmini alt boyutlarına bakışları arasında farklılık olduğu anlaşılmıştır. Böylece çalışanların cinsiyetlerine göre çatışma yönetiminin problem çözme alt boyutunda, medeni durumlarına göre kaçınma alt boyutunda, yaşlarına göre uyma alt boyutunda, çalışma süresine göre ise zorlama alt boyutunda farklılık vardır. Ayrıca çalışanların çalışma sürelerine göre iş tatminin işyeri alt boyutuna bakışları arasında farklılık vardır.

Bu araştırmada çatışma yönetimi ile iş tatmini arasındaki ilişkiyi incelemek maksadıyla regresyon analizi yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, kaçınma, problem çözme, zorlama ve uzlaşma çatışma yönetim şekillerinin iş tatmine olumlu katkı sağladığı görülmüş, uyma yönteminin ise iş tatmini ile bir ilgisi kanıtlanamamıştır. Çatışma yönetimi alt boyutlarından kaçınma, zorlama, problem çözme ve uzlaşma yöntemlerinin iş tatmini alt boyutlarından kişisel tatmine olumlu katkı sağladığı görülmüş, uyma yönteminin ise bir ilgisi kanıtlanamamıştır. Problem çözme, kaçınma ve zorlama yöntemlerinin, iş tatmini alt boyutlarından yetki tatminine olumlu katkı sağladığı görülmüş, uyma ve uzlaşma yöntemlerinin ise bir ilgisi kanıtlanamamıştır. Problem çözme ve zorlama yöntemlerinin iş tatmini alt boyutlarından işyeri tatminine olumlu katkı sağladığı görülmüş, uyma, kaçınma ve uzlaşma yöntemlerinin ise bir ilgisi kanıtlanamamıştır. Uzlaşma, uyma ve kaçınma yöntemlerinin iş tatmini alt boyutlarından mesleki tatmine olumlu katkı sağladığı görülmüş, problem çözme ve zorlama yöntemlerinin ise bir ilgisi kanıtlanamamıştır. Genel olarak değerlendirildiğinde bu sonuçların literatürde var olanları desteklediği söylenebilir.

KAYNAKÇA

ALZAWAHREH, Abdelghafour and KHASAWNEH, Samer , "Conflict Management Strategies Adopted by Jordanian Managers Based on Employees ' Perceptions: the Case for theManufacturing Industry" Interdisciplinary Journal Ofcontemporary Research In Business, Vol: 3,No: 7, 2011.

AKÇAKAYA, Murat, "Çatışma Yönetimi ve Örgüt Verimliliğine Etkisi", Kamu-İş Dergisi, Cilt: 7, Sayı: 2, Ankara, 2003.

AKINCI, Zeki, "Turizm Sektöründe İşgören İş Tatminini Etkileyen Faktörler: Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama", Akdeniz Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 4, Sayfa: 1-25, Antalya, 2002.

ARSLAN, Metin, İşletme Yönetimi-2, Harran Üniversitesi, Birecik, 2012.

AZİRİ, Brikend, "Job Satisfaction: A Literature Review", Management Research and .Practice, Vol: 3, Issue: 4, Page: 77-86, 2011.

BAKAN, İsmail ve BÜYÜKBEŞE, Tuba, "Örgütsel İletişim İle İş Tatmini Unsurları Arasındaki İlişkiler: Akademik Örgütler İçin Bir Alan Araştırması", Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt: 4, Sayı:7, Sayfa: 1-300, 2004.

BAŞ, Türker, "Öğretim Üyelerinin İş Tatmin Profillerinin Belirlenmesi", Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 17 Sayı: 2, Sayfa: 19-37, 2002.

BAŞARAN, İbrahim Ethem, Yönetimde İnsan İlişkileri, 3. Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul, 2004.

BAYKAL, Kazım ve KOVANCI, Ahmet, "Yönetici ve Astlar Arasındaki Anlaşmazlıkların Çözümüne Yönelik Bir Araştırma", Havacılık ve Uzay Teknolojileri Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 3, Sayfa: 21-38, 2008.

BERBEROĞLU, Murat ve SAĞLAM, Bülent, "Meslek Yüksekokulu Akademik Personellerinin Tükenmişliği Ve İş Tatmini Üzerine Bir Araştırma", Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 2, Sayfa: 102-118, 2010.

BİNGÖL, Dursun, İnsan Kaynakları Yönetimi, 4. Baskı, Beta Basımevi İstanbul, 1998.

CAN, Halil, Organizasyon ve Yönetim, Siyasal Kitapevi, Ankara, 2005.

DAVİS, Keith, İşletmelerde İnsan Davranışı, Örgütsel Davranış, İşletme İktisadı Enstitüsü Yayın No: 98, (Çevirenler: Tosun, Kemal vd.), 1988

DOLE, Carol and SCHROEDER, Richard G., "The Impact off Various Factors on Personality, Job Satisfaction and Turnover Intentions of Professional Accountants", Managerial Auditing Journal, Vol. 16 No. 4, 234 – 245, 2001.

ERDOĞAN, İlhan, İşletme Yönetiminde Örgütsel Davranış, İstanbul, 1996.

EREN, Erol, Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, 7. Baskı, Beta Basımevi, İstanbul, 2001.

EROĞLUER, Kemal, "Örgütsel İletişim ile İş Tatmini Unsurları Arasındaki İlişkiler: Kuramsal Bir İnceleme", Ege Akademik Bakış Dergisi, Cilt: 11, Sayı: 1 Sayfa: 121 -136, 2011.

ERTÜRK, Elvan Melek, Gönüllü Sağlık Örgütlerinde Çatışma ve Çatışma Yönetimi: Ulusal Medikal Kurtarma Ekibi'ne Yönelik Bir Uygulama, Basılmamış Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, 2009.

GENÇ, Nurullah, Yönetim ve Organizasyon, 3. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2007.

GÜNBAYI, İlhan ve KARAHAN, İlyas, "İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Kurum İçi Çatışmaları Yönetim Biçimleri", Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 8, Sayı: 1, Sayfa: 209-230, 2006.

KARICIOĞLU, Fatih; TİMUROĞLU, Kürşat ve ÇINAR, Orhan, "Örgütsel İletişim ve İş Tatmini İlişkisi - Bir Uygulama", İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü Dergisi-Yönetim, Cilt: 20, Sayı: 63, Sayfa: 59-76, 2009.

KAYA, İlke, "Otel İşletmeleri İşgörenlerinin İş Tatminini Etkileyen Faktörler: Geliştirilen Bir İş Tatmin Ölçeği", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 7, Sayı: 2, Sayfa: 355-372, Eskişehir, 2007.

KILINÇ, Tanıl, "Örgütlerde Çatışma: Mahiyeti ve Nedeni", İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt: 14, Sayı: 1, Sayfa: 103-124, İstanbul, 1985.

KOÇEL, Tamer, İşletme Yöneticiliği,13. Baskı, Beta Basımevi, İstanbul, 2011.

LEE, Kim Lian, "An Examination between the Relationships of Conflict Management Styles and Employees' Satisfaction", International Journal of Business and Management, Vol: 3, No: 9, 2008.

MİRZEOĞLU, Nevzat, "Örgütsel Çatışma ve Yönetimi: Spor Eğitimi Veren Yükseköğretim Kurumlarında Bir Uygulama", Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 2, Sayfa: 51-56, Bolu, 2005.

ÖZDEMİR, Mehmet, Kurum İçi Çatışmaların Yönetilmesi ve Eğitim Kurumlarında Çatışma Yönetiminin İş Tatminine Etkisi, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2008.

ÖZMEN, Fatma; AKÜZÜM, Cemal ve AKÜZÜM, Leyla, "Yönetici Görüşlerine Göre, Okul Mensuplarının Okullardaki Çatışma Sonuçlarına Yönelik Tavır Alışları", Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı:16, Sayfa: 86-100, 2011.

PELİT, Elbeyi, "Yöneticilerin Astlarıyla Aralarındaki Çatışmaları Yönetme Yöntemleri: Ankara'da Faaliyet Gösteren 4 Ve 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Yöneticileri Üzerinde Bir Uygulama", İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt: 34, Sayı: 1, Sayfa: 69-103, 2005.

ROBBINS, Stephen P., Örgütsel Davranışın Temelleri (Çev: ÖZTÜRK, Sevgi Ayşe.), ETAM Basım ve Yayın, Eskişehir, 1994.

SALDAMLI, Asım, "Otel İşletmelerinde Bölüm Yöneticilerinin İş ve Yaşam Tatminini Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması", Marmara Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 25, Sayı: 2, Sayfa: 693-719, İstanbul, 2008.

SEVAL, Halil, "Çatışmanın Etkileri ve Yönetimi", Kırgızistan - Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 15, Sayfa: 245-254, 2006.

SEVİMLİ, Figen ve İŞCAN, Ömer Faruk; "Bireysel ve İş Ortamına Ait Etkenler Açısından iş Doyumu", Ege Akademik Bakış Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 1-2, Sayfa: 55-64, 2005.

SÜTLÜ, Tuba, Örgütsel Çatışma ve İşgören Üzerine Etkileri, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2007.

TOPALOĞLU, Cafer, "Yönetim Kuramları ve Örgütiçi Çatışmalar", Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 1, Sayfa: 249-265, 2011.

TOPALOĞLU, Cafer ve BOYLU, Yasin, "Örgütiçi Çatışmaların Türleri: Otel İşletmeleri Açısından Ayrıntılı Bir İnceleme", Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İlke), Bahar, Sayı: 16, Muğla, 2006.

TOPALOĞLU, Cafer, "Örgütiçi Çatışmaların Yönetim Süreci: Otel İşletmeleri Açısından Kuramsal Bir Değerlendirme", Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt: 14, Sayı: 20, Sayfa: 97-114, 2010.

ÜNGÜREN, Engin, "Örgütsel Çatışma Yönetimi Üzerine Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 1, Sayı:5, Sayfa: 880-909, 2008.

ÜNGÜREN, Engin; CENGİZ, Funda ve ALGÜR, Seden, "İş Tatmini ve Örgütsel Çatışma Yönetimi Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Konaklama İşletmeleri Üzerinde Bir Araştırma", Akdeniz Üniversitesi Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 8, Sayı: 27, Sayfa: 36-56, 2009.

ÜSTÜNER, Menderes ve ÖZÇELİK, Edip, "Çalışanların Demografik Özelliklerine Göre İş Tatminindeki Tutumsal Farklılıkların Bir Lojistik İşletmesinde Uygulama Örneği", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 28, Sayfa: 225-235, 2012.

YÜRÜR, Senay ve SOYGÜZEL, Hasan, "Örgütsel Çatışma Yönetimi Açısından Kamu Yöneticileri ile Özel Sektör Yöneticileri Arasındaki Farklılıkların Analizi, Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 1, Sayfa: 31-47, 2010.

WORRELL, Travis G., School Psychologists' Job Satisfaction: Ten Years Later, Doctor Of Phılosophy, Virginia Polytechnic Institute and State University, Virginia, 2004.

Fight Against Middle Income Trap: The Case of Turkey

Prof.Dr. Rasim Yılmaz[1]

[1]Namık Kemal University / Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics, rasimyilmaz@nku.edu.tr

Abstract: Turkey reached lower-middle income country status in 1995 from low-income country status. In 2005, Turkey reached upper-middle income status. Turkey is at the upper end of the middle income level and the threshold of a high income economy. Many countries are trapped at this level of income and are not able to reach high income country level for a long time. This phenomenon is called the middle income trap. The difficulty of moving from being a middle-income country to a high income country is illustrated by the fact that only 13 of 101 countries that qualified as middle-income country in 1960 have emerged/transferred into as high income countries within 60 years. Turkey facing the middle income trap is currently working on structural reforms, policies and strategies to escape from the middle income trap. This articles analyzes the recent reforms, policies and strategies implemented by the Turkish government to overcome the middle income trap.

Keywords: The Middle Income Trap, Turkey, Government Supports and Incentives

1. INTRODUCTION

The world bank classifies countries according to their income level using the World Bank Atlas method. There are four main income level classifications: low-income countries, lower middle-income countries, upper middle income countries and high-income countries. According to the World Bank's 2018 definitions, low income countries are defined as those with GNI per capita of 1,005 dollars or less, lower middle-income economies are those with GNI per capita between 1,006 dollars to 3,955 dollars, upper middle-income economies are those with GNI per capita between 3,956 dollars and 12,235 dollars, and high-income economies are those with GNI per capita of 12,236 dollars and more (see Table 1) (World Bank, 2018).

Table 1: The World Banks's 2018 Definitions of Income Levels

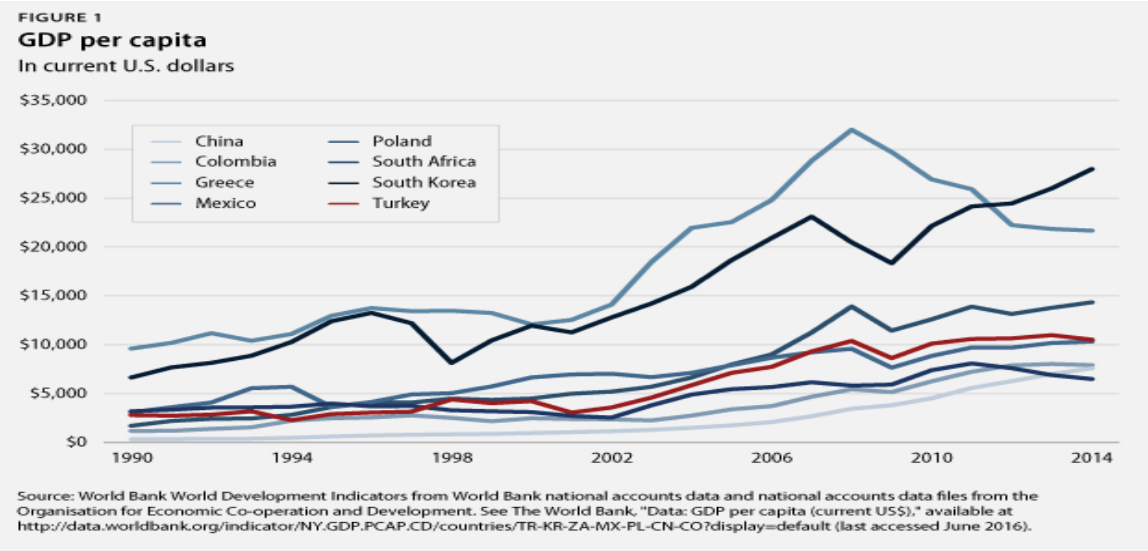
Classification	Income Level
Low-Income Country	1,005 or less
Lower Middle-Income Country	1,006-3,995
Higher Middle-Income Country	3,996-12,235

Source: World Bank, 2018. https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519-world-bank-country-and-lending-groups

2. THE MIDDLE INCOME TRAP AND TURKEY

Turkey reached lower-middle income country status in 1995 from low-income country status. In 2005, Turkey reached upper-middle income status. Turkey is at the upper end of the middle income level and the threshold of a high income economy (see Figure 1). Many countries are trapped at this level of income and are not able to reach high income country level for a long time. This phenomenon is called the middle income trap. The difficulty of moving from being a middle-income country to a high income country is illustrated by the fact that only 13 of 101 countries that qualified as middle-income country in 1960 have emerged/transferred into as high income countries within 60 years (Center for American Progress, 2016).

Figure 1: The Trend of GDP per Capita for Selected Countries



Source: https://cdn.americanprogress.org/wp-content/uploads/2016/07/20020037/Turkey2023EconomicGrowth-report.pdf

Characteristics of Nations caught in the middle income trap are as follows (Center for American Progress, 2016)**:**

- Persistent current account deficits
- An economy based on low and middle-tech production and services
- Problems with the rule of law and institutional autonomy
- Inadequate education system
- Lack of skilled labor force

The World Bank outlines the required elements to escape from the middle-income trap (World Bank, 2014):

- Open to trade and foreign direct investments
- Sustainable macroeconomic growth with low inflation and lower dependence on foreign capital inflows
- An economy based on high tech production and innovation
- Transformation of economic growth dynamics from the one based on low-cost labor and technology adaption to the one based on skilled labor and technology producing
- A goods skill base supporting innovative production/ Skilled labor force
- Rising labor force participation rates
- A healthy business climate
- Strong economic institutions that provide for the rule of law as well as effective and accountable government

Turkey facing the middle income trap is currently working on structural reforms, policies and strategies to escape from the middle income trap. In order to escape from the middle income trap and reach high-income country classification:

- Turkey needs to increase the value of its exports; to produce goods and services with high-added value.
- Turkey needs to increase its productivity in all sectors and sustain higher productivity growth; and support the sectors of the economy which are already at a high productive level.
- Turkey needs to change its growth dynamics from the one based on low-cost labor and medium-technology transferring to the one based on skilled labor and technology producing.
- Turkey needs both foreign and domestic investment, an economy based on innovative middle and high tech production and services, a good skill base, a healthy business environment and strong institutions supporting innovative production. Accordingly, macroeconomic and supporting

institutional, educational and political reforms have to be carried out by the government to reach mentioned targets above.

- Turkey needs to lower current account deficit, increase both domestic and foreign investments, increase saving rate, improve fiscal policies, develop renewable energy sources and logistic infrastructure, and increase labor participation.
- Turkey needs to find/develop high-tech sectors which provides goods and services for both export and domestic economy.
- Turkey needs to grow through policies that increase value-added production, reduce inflation and narrow the current account deficit.

3) REFORMS, POLICIES AND STRATEGIES IMPLEMENTED RECENTLY TO OVERCOME THE MIDDLE INCOME TRAP IN TURKEY

1) The government of Turkey has set up a council named the Coordination Council for the Improvement of the Investment Environment. The main purpose of the council is the coordination among ministries for the investment environment and the ease of doing business in Turkey. Recently, a reform package including 102 articles has been prepared and sent to Turkish Parliament for approval. When preparing the reform package, the ease of doing index is taken into consideration and communicated with the World Bank officials in Turkey. The main aim of the new reform package is to attract international and domestic investors thorough making Turkish economy more investment-friendly and investment environment more attractive (Ünal, 2018).

2) The Turkish government has recently announced a new project-based 34 billion dollars' package as such 19 companies have been granted incentives for a total of 23 projects. Investments are aimed to create 35,000 new direct jobs and 134,000 indirect jobs. The incentive system supports production of high and medium scale value added products in strategic and import-dependent sectors, namely, petrochemicals, defense, energy, transportation, aviation, mining and pharmaceuticals. The 34 billion dollars' incentives will be given in the form of exemptions from customs tax, corporate tax discounts, and government support for employee insurance premiums and employment of qualified personnel (Hürriyet Daily News, 2018; Anadolu Agency, 2018).

The investments are aimed to boost economy, increase employment, reduce current account deficit, increase the share of value-added products in exports. Incentives expected to reduce Turkey's current account deficit by nearly 19 billion dollars thorough decreasing imports 13 billion dollar and boosting exports 6 billion dollars (Anadolu Agency, 2018a).

3) Recently, the Ministry of Science, Industry and Technology has issued a new regulation on Industrial Regions. According to a new regulation on industrial regions, specialized industrial zones can be created to operate in areas such as information technology, medical technology and agricultural industry, which use one of the high-tech sectors specified in development plans and enable research to be developed. The purpose of creating industrial zones is to provide suitable lands with minimum bureaucratic procedures for large scale and technology intensive investments (Resmi Gazete, 2018).

Accordingly, five industrial zones are planned to be established in different regions in where giant sectors such as petro-chemistry and automotive operate. Turnovers of each industrial zones are expected to be 10-12 billion dollar, thus total turnover of five industrial zones are expected to be 50-60 billion dollar (Yalçın, 2017).

Covering the expropriation and infrastructure expenses of the land declared as industrial zones by the government and decreasing the length of bureaucratic procedures is expected to stimulate large scale technology intensive investments in Turkey. Encouraging Investments, attract savings of Turkish workers in abroad, achieve internationally competitive economic structure, ensuring technology transfer, increasing production and employment, accelerating foreign capital inflows are the expected benefits of creating industrial zones (Resmi Gazete, 2018; Sanayi Gazetesi, 2016).

4) Although saving rate of Turkey is lower than the world average, Turkish households keep 2,200 tons of gold in their vault idle (under the mattress) (Hürriyet Daily News, 2017). Gold denominated bonds and lease certificates have been introduced in order to increase saving rate and internalize these gold into the financial

system. This policy aims to make savings of households in gold at their home become deposits in the banking system. Hence, it is expected to lead to increase in the saving rate of Turkey, boost investments, reduce foreign dependency of the Turkish banking system, and lower the interest rate in the market.

5) Cooperation between universities and industry has been enforced thorough technoparks where the academic knowledge can be transferred into new technologies and new products. The number of technoparks has reached around 80 in 2018. Tax incentives are extended to the companies established in technoparks: research and development based companies in techoparks are exempt from corporate tax, research and development staff is exempt from income tax, software products are exempt from Value Added Tax, there are also supports for employment of research and development personnel. Most of the technoparks operate under the administration of universities (Anadolu Agency, 2018b).

6) The ratio of Research and Development expenditures to GDP is increased from %0,5 in 2002 to 1% in 2017 in Turkey. Turkey aims to increase the ratio of Research and Development expenditures to GDP to 3% (Ünal, 2017).

7) Turkey supports research and development investments of private sector and production of import substitution products through supports and incentives of Small and Medium Sized Enterprises Development General Directorate and KOSGEB and Scientific and Technological Research Council of Turkey.

8) The establishment of private technical high schools by administrations of the Organized Industrial Zones have been supported by the government in Turkey in order to enhance skills of technical staff in the industry. The Ministry of Science, Industry and Technology supports infrastructure, building and laboratory equipment of private technical high schools established by the administrations of the Organized Industrial Zones through providing loans with 15 years maturity, 3 year grace period and low interest payments. The goal with this support system is to increase the number and qualifications of technical staff the industry needs. Three hundred private technical colleges are aimed to be established 300 organized industrial zones in Turkey. Similarly, the establishment of private technical colleges by the administrations of the organized industrial zones will be supported by the Ministry of Science, Industry and Technology thorough incentives mentioned above (Dünya Gazetesi, 2017).

9) Turkey is a major car production base and car exporter in the Europe for international car companies. However, Turkey doesn't have a domestic brand. Car production and exportation increase Turkey's current account deficit since major parts of cars such as engines are imported. In other words, car production and exportation in Turkey is import-dependent. Turkey has recently announced that a consortium of five companies was formed to make Turkey's first domestically produced car whereby all parts of the car including the engine will be produced in Turkey and each company in the consortium will produce separate parts of the car (Daily Sabah, 2018).

4. CONCLUSION

Turkey reached lower-middle income country status in 1995 from low-income country status. In 2005, Turkey reached upper-middle income status. Turkey is at the upper end of the middle income level and the threshold of a high income economy. Many countries are trapped at this level of income and are not able to reach high income country level for a long time. This phenomenon is called the middle income trap. The difficulty of moving from being a middle-income country to a high income country is illustrated by the fact that only 13 of 101 countries that qualified as middle-income country in 1960 have emerged/transferred into as high income countries within 60 years. Turkey facing the middle income trap is currently working on structural reforms, policies and strategies to escape from the middle income trap. Reform package, incentive package, industrial zones, gold denominated bonds and lease certificates, domestic car brand, techno parks, the establishment of private technical high schools and colleges by the administrations of the organized industrial zones, supports and incentives for small and medium sized enterprises, and research and development expenditures are determined as reforms, policies and strategies to fight against the middle income trap in Turkey.

REFERENCES

Anadolu Agency (2018a). Turkey Unveils Fresh Incentives to Boost Investment. https://aa.com.tr/en/economy/turkey-unveils-fresh-incentives-to-boost-investment/1113003

Anadolu Agency (2018b). Number of Technoparks in Turkey Rises to 71, 02.02.2018. https://aa.com.tr/en/economy/number-of-technoparks-in-turkey-rises-to-71/1052937

Center for American Progress (2016). Turkey's Path to Prosperity in 2023 https://cdn.americanprogress.org/wp-content/uploads/2016/07/20020037/Turkey2023EconomicGrowth-report.pdf

Daily Sabah (2018). Qatar to Invest in Turkey's Domestic Automobile Project Through Local Firm, 17.01.2018. https://www.dailysabah.com/automotive/2018/01/18/qatar-to-invest-in-turkeys-domestic-automobile-project-through-local-firm

Dünya Gazetesi (2017). Endüstri Bölgeleri Kurulacak. 01.05.2017. https://www.dunya.com/ekonomi/endustri-bolgeleri-kurulacak-haberi-360622

Hürriyet Daily News (2017). Treasury Sets Eye on 2,200 Tons of Gold 'Kept Under Mattresses'

, 18.09.2017, http://www.hurriyetdailynews.com/treasury-sets-eye-on-2200-tons-of-gold-kept-under-mattresses-118121

Hürriyet Daily News (2018). Turkish Government Announces New Plans to Boost Investment, Ease Doing Business, 28.03.2018. http://www.hurriyetdailynews.com/turkish-govt-announces-new-plans-to-boost-investment-ease-doing-business-129463

Resmi Gazete (2018). Endüstri Bölgeleri Yönetmeliği, 30327 Sayılı 9 Şubat 2018 Tarihli Resmi Gazete.

Sanayi Gazetesi (2016). "Özel Endüstri Bölgeleri Geliyor", Sanayi Gazetesi, 26 Eylül 2016, http://www.sanayigazetesi.com.tr/sebler/ozel-endustri-bolgeleri-geliyor-h12427.html

Ünal, Ali (2017) Turkey to Escape Middle-income Trap with New System: AK Party Deputy Chairman, 02.07.2017. https://www.dailysabah.com/economy/2017/07/03/turkey-to-escape-middle-income-trap-with-new-system-ak-party-deputy-chairman-1499071579

Ünal, Ali (2018). Deputy Prime Minister Recep Akdağ: New Reforms Will Boost Turkey's Investment Environment, Daily Sabah, 18.02.2018. https://www.dailysabah.com/economy/2018/02/19/deputy-prime-minister-recep-akdag-new-reforms-will-boost-turkeys-investment-environment

Yalçın, Zübeyde (2017). "250 Milyar Cirolu 5 Endüstri Bölgesi Yolda", Sabah Gazetesi, 24.06.2017, http://www.sabah.com.tr/ekonomi/2017/06/24/250-milyar-tl-cirolu-5-endustri-bolgesi-yolda

World Bank (2014). Turkey's Transitions: Integration, Inclusion, Institutions. http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2015/08/26/090224b083099d03/3_0/Rendered/PDF/Main0report.pdf.

World Bank (2018). World Bank Country and Lending Groups. https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519-world-bank-country-and-lending-groups

Evaluation of the Rank of Turkey in the Global Competitiveness Index

Prof.Dr. Rasim Yılmaz[1]

[1]Namık Kemal University / Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics, rasimyilmaz@nku.edu.tr

Abstract: This paper evaluates the rank of Turkey in the Global Competitiveness Index. The Global Competitiveness Index (GCI) is a weighted average of 12 components of competitiveness: institutions, infrastructure, macroeconomic environment, health and primary education, higher education and training, goods market efficiency, labor market efficiency, financial market development, technological readiness, market size, business sophistication, and innovation. These components can be grouped under three sub-indexes (basic requirements, efficiency enhancers, and innovation and sophistication factors) and include 114 indicators. Turkey ranked 53rd in the global competitiveness index 2017-2018. Turkey's position has improved two places compared the previous year but worsened compared 2012. The highest rank reached by Turkey is the year of 2012 in when is the rank of Turkey was 43rd. Regarding the stages of development, Turkey is among the 20 countries in transition from stage 2 to stage 3.

Key Words: Global Competitiveness Index, Economic Growth, Economic Development, Turkey

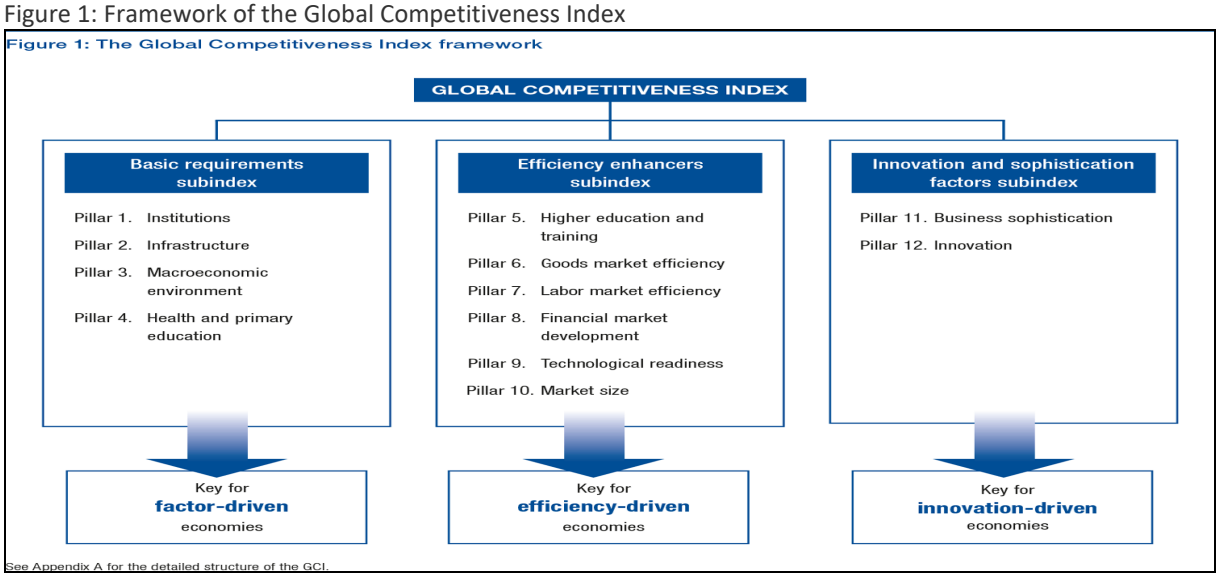
1. INTRODUCTION

The Global Competitiveness Index (GCI) ranks national competitiveness of countries. The Global Competitiveness Index (GCI) is developed by Klaus Schwab and Xavier Sala-i-Martín and annual reports on the Global Competitiveness Index (GCI) are published by the World Economic Forum since 2005.

The Global Competitiveness Index (GCI) is a weighted average of 12 components of competitiveness: institutions, infrastructure, macroeconomic environment, health and primary education, higher education and training, goods market efficiency, labor market efficiency, financial market development, technological readiness, market size, business sophistication, and innovation. These components can be grouped under three sub-indexes (basic requirements, efficiency enhancers, and innovation and sophistication factors) and include 114 indicators (see Figure 1). The components of the global competitiveness index are motivated by endogenous growth models (Ben Amar and Hamdi, 2012: 126).

It is assumed that there is a positive relationship between GCI and economic growth. In this framework, competitiveness affects economic growth through productivity and investments. Competitiveness is defined as the set of institutions, policies, and factors that determine the level of productivity of a country which dictates the rates of returns on investments which is one of the determinants of economic growth (Schwab, 2017: 13).

Figure 1: Framework of the Global Competitiveness Index



Source: Schwab (2017: 12)

Improving in the rank of the global competitiveness index is required the coordination and collaboration among the state, the business community, and civil society. Components of GIC are not independent and they are interrelated to each other. They fortify each other as such a weakness in one component has a negative effect on other components.

Pavlovic and Ljumovic (2016) argue that the most important factor that has a negative impact on the macroeconomic factors and competitiveness is financial crisis. By utilizing unbalanced panel data covering 43 countries and the period between 2009 and 2013, Ferreira et al. (2017) found that gross capital population and life expectancy at birth have a positive effect on the GCI while total population generates a negative impact on the GCI. Furthermore, early-stage entrepreneurial activity has a positive impact on the GCI.

On the other hand, Ben Amar and Hamdi (2012) empirically found that competitiveness has a positive and statistically significant impact on economic growth for the sample of 23 African countries during the period between 2004 and 2009. The study of Curtis et al. (2013) concluded that the global competitiveness index is an important determinant of inward foreign direct investments.

2. THE ASSESSMENT of GLOBAL COMPETITIVENESS INDEX 2017-2018 RANKINGS

Switzerland (1st), United States (2nd), Singapore (3rd), Netherlands (4th) and Germany (5th) are top 5 countries in the rank of the global competitiveness index (see Figure 2). It can be noted that the ranks of developing countries are stable while the ranks of developing countries change from the year to year.

Figure 2: Global Competitiveness Index 2017–2018 Rankings and 2016–2017 Comparisons

Table 1: Global Competitiveness Index 2017–2018 rankings and 2016–2017 comparisons

Economy	GCI 2017–2018 Rank (out of 137)	GCI 2017–2018 Score (1–7)	GCI 2016–2017 Rank (out of 138)	GCI 2016–2017 Score (1–7)
Switzerland	1	5.86	1	5.81
United States	2	5.85	3	5.70
Singapore	3	5.71	2	5.72
Netherlands	4	5.66	4	5.57
Germany	5	5.65	5	5.57
Hong Kong SAR	6	5.53	9	5.48
Sweden	7	5.52	6	5.53
United Kingdom	8	5.51	7	5.49
Japan	9	5.49	8	5.48
Finland	10	5.49	10	5.44
Norway	11	5.40	11	5.44
Denmark	12	5.39	12	5.35
New Zealand	13	5.37	13	5.31
Canada	14	5.35	15	5.27
Taiwan, China	15	5.33	14	5.28
Israel	16	5.31	24	5.18
United Arab Emirates	17	5.30	16	5.26
Austria	18	5.25	19	5.22
Luxembourg	19	5.23	20	5.20
Belgium	20	5.23	17	5.25
Australia	21	5.19	22	5.19
France	22	5.18	21	5.20
Malaysia	23	5.17	25	5.16
Ireland	24	5.16	23	5.18
Qatar	25	5.11	18	5.23
Korea, Rep.	26	5.07	26	5.03
China	27	5.00	28	4.95
Iceland	28	4.99	27	4.96
Estonia	29	4.85	30	4.78
Saudi Arabia	30	4.83	29	4.84
Czech Republic	31	4.77	31	4.72
Thailand	32	4.72	34	4.64
Chile	33	4.71	33	4.64
Spain	34	4.70	32	4.68
Azerbaijan	35	4.69	37	4.55
Indonesia	36	4.68	41	4.52
Malta	37	4.65	40	4.52
Russian Federation	38	4.64	43	4.51
Poland	39	4.59	36	4.56
India	40	4.59	39	4.52
Lithuania	41	4.58	35	4.60
Portugal	42	4.57	46	4.48
Italy	43	4.54	44	4.50
Bahrain	44	4.54	48	4.47
Mauritius	45	4.52	45	4.49
Brunei Darussalam	46	4.52	58	4.35
Costa Rica	47	4.50	54	4.41
Slovenia	48	4.48	56	4.39
Bulgaria	49	4.46	50	4.44
Panama	50	4.44	42	4.51
Mexico	51	4.44	51	4.41
Kuwait	52	4.43	38	4.53
Turkey	53	4.42	55	4.39
Latvia	54	4.40	49	4.45
Vietnam	55	4.36	60	4.31
Philippines	56	4.35	57	4.36
Kazakhstan	57	4.35	53	4.41
Rwanda	58	4.35	52	4.41
Slovak Republic	59	4.33	65	4.28
Hungary	60	4.33	69	4.20
South Africa	61	4.32	47	4.47
Oman	62	4.31	66	4.28
Botswana	63	4.30	64	4.29
Cyprus	64	4.30	83	4.04
Jordan	65	4.30	63	4.29
Colombia	66	4.29	61	4.30
Georgia	67	4.28	59	4.32
Romania	68	4.28	62	4.30
Iran, Islamic Rep.	69	4.27	76	4.12
Jamaica	70	4.25	75	4.13
Morocco	71	4.24	70	4.20
Peru	72	4.22	67	4.23
Armenia	73	4.19	79	4.07
Croatia	74	4.19	74	4.16
Albania	75	4.18	80	4.06
Uruguay	76	4.15	73	4.17
Montenegro	77	4.15	82	4.05
Serbia	78	4.14	90	3.97
Tajikistan	79	4.14	77	4.12
Brazil	80	4.14	81	4.06
Ukraine	81	4.11	85	4.00
Bhutan	82	4.10	97	3.87
Trinidad and Tobago	83	4.09	94	3.93
Guatemala	84	4.08	78	4.08
Sri Lanka	85	4.08	71	4.19
Algeria	86	4.07	87	3.98
Greece	87	4.02	86	4.00
Nepal	88	4.02	98	3.87
Moldova	89	3.99	100	3.86
Namibia	90	3.99	84	4.02
Kenya	91	3.98	96	3.90
Argentina	92	3.95	104	3.81
Nicaragua	93	3.95	103	3.81
Cambodia	94	3.93	89	3.98
Tunisia	95	3.93	95	3.92
Honduras	96	3.92	88	3.98
Ecuador	97	3.91	91	3.96
Lao PDR	98	3.91	93	3.93
Bangladesh	99	3.91	106	3.80
Egypt	100	3.90	115	3.67
Mongolia	101	3.90	102	3.84
Kyrgyz Republic	102	3.90	111	3.75
Bosnia and Herzegovina	103	3.87	107	3.80
Dominican Republic	104	3.87	92	3.94
Lebanon	105	3.84	101	3.84
Senegal	106	3.81	112	3.74
Seychelles	107	3.80	n/a	n/a
Ethiopia	108	3.78	109	3.77
El Salvador	109	3.77	105	3.81
Cape Verde	110	3.76	110	3.76
Ghana	111	3.72	114	3.68
Paraguay	112	3.71	117	3.65
Tanzania	113	3.71	116	3.67
Uganda	114	3.70	113	3.69
Pakistan	115	3.67	122	3.49
Cameroon	116	3.65	119	3.58
Gambia, The	117	3.61	123	3.47
Zambia	118	3.52	118	3.60
Guinea	119	3.47	n/a	n/a
Benin	120	3.47	124	3.47
Madagascar	121	3.40	128	3.33
Swaziland	122	3.35	n/a	n/a
Mali	123	3.33	125	3.46
Zimbabwe	124	3.32	126	3.41
Nigeria	125	3.30	127	3.39
Congo, Democratic Rep.	126	3.27	129	3.29
Venezuela	127	3.23	130	3.27
Haiti	128	3.22	n/a	n/a
Burundi	129	3.21	135	3.06
Sierra Leone	130	3.20	132	3.16
Lesotho	131	3.20	120	3.57
Malawi	132	3.11	134	3.08
Mauritania	133	3.09	137	2.94
Liberia	134	3.08	131	3.21
Chad	135	2.99	136	2.95
Mozambique	136	2.89	133	3.13
Yemen	137	2.87	138	2.74

Source: World Economic Forum.
Note: The Global Competitiveness Index captures the determinants of long-term growth. Recent developments are reflected only in so far as they have an impact on the data measuring these determinants. The Index should be interpreted in this context. See Chapter 3, Regional Analysis and Selected Economy Highlights, on pages 21–35 for a brief analysis of the performance of selected economies and the Economy Profiles for detailed results for all economies. "n/a" (not available) indicates that the economy was not covered in the 2016–2017 edition.

Source: Schwab (2017: 13)

The Global Competitiveness Index 2017–2018 reveals three main challenges for the further improvements in the global competitiveness (Schwab, 2017: 13):

1) Financial vulnerabilities pose a threat to competitiveness and to economies' ability to finance innovation and technological adoption;
2) Emerging economies are becoming better at innovation but more can be done to spread the benefits;

3) Labor market flexibility and worker protection are needed for competitiveness and shared prosperity in the Fourth Industrial Revolution.

3. STAGES OF DEVELOPMENT AND THE WEIGHTED INDEX

Stages of development can be classified as factor-driven stage, efficiency-driven stage, and innovation-driven stage. The basic requirements subindex of the GCI includes the necessary components for factor driven stage of development, the efficiency enhancers subindex consists of the required components for efficiency-driven stage of development, and the innovation and sophistication factors subindex includes requisite components for innovation-driven stage of development. Countries can move across development stages as countries becomes more competitive. Subindex weights and income thresholds for stages of development are given in Figure 3 below (Schwab, 2017: 320).

Figure 3: Subindex Weights and Income Thresholds for Stages of Development

Table 1: Subindex weights and income thresholds for stages of development

	STAGE OF DEVELOPMENT				
	Stage 1: Factor-driven	Transition from stage 1 to stage 2	Stage 2: Efficiency-driven	Transition from stage 2 to stage 3	Stage 3: Innovation-driven
GDP per capita (US$) thresholds*	<2,000	2,000–2,999	3,000–8,999	9,000–17,000	>17,000
Weight for basic requirements	60%	40–60%	40%	20–40%	20%
Weight for efficiency enhancers	35%	35–50%	50%	50%	50%
Weight for innovation and sophistication factors	5%	5–10%	10%	10–30%	30%

Note: See individual economy profiles for exact applied weights.
* For economies with a high dependency on mineral resources, GDP per capita is not the sole criterion for the determination of the stage of development. See text for details.
Source: Schwab, 2017: 320.

The level of GDP per capita at market exchange rates and the share of exports of mineral goods in total exports (goods and services) determine stages of development. If the countries are between two of the three stages of development, they are classified as “in transition”. Figure 4 presents the classification of countries according to stages of development.

Figure 4: Classification of Countries Based on Stages of Development

Table 2: Classification by each stage of development

Stage 1: Factor-driven (35 economies)	Transition from stage 1 to stage 2* (15 economies)	Stage 2: Efficiency-driven (31 economies)	Transition from stage 2 to stage 3* (20 economies)	Stage 3: Innovation-driven (36 economies)
Bangladesh	Algeria (58.2, 36.4, 5.5)	Albania	Argentina (31.2, 50, 18.8)	Australia
Benin	Azerbaijan (54.5, 39.1, 6.4)	Armenia	Chile (28.6, 50, 21.4)	Austria
Burundi	Bhutan (46.5, 45.1, 8.4)	Bosnia and Herzegovina	Costa Rica (32.9, 50, 17.1)	Bahrain
Cambodia	Botswana (53.8, 39.7, 6.6)	Brazil	Croatia (32.3, 50, 17.7)	Belgium
Cameroon	Brunei Darussalam (50.2, 42.3, 7.4)	Bulgaria	Hungary (30.6, 50, 19.4)	Canada
Chad	Honduras (47.8, 44.1, 8)	Cape Verde	Latvia (27.3, 50, 22.7)	Cyprus
Congo, Democratic Rep.	Kazakhstan (43.4, 47.4, 9.1)	China	Lebanon (34.2, 50, 15.8)	Czech Republic
Ethiopia	Kuwait (49.9, 42.6, 7.5)	Colombia	Lithuania (25.3, 50, 24.7)	Denmark
Gambia, The	Mongolia (47.3, 44.5, 8.2)	Dominican Republic	Malaysia (39.1, 50, 10.9)	Estonia
Ghana	Nicaragua (57.6, 36.8, 5.6)	Ecuador	Mauritius (38.9, 50, 11.1)	Finland
Guinea	Nigeria (58.5, 36.1, 5.4)	Egypt	Oman (27.2, 50, 22.8)	France
Haiti	Philippines (41.5, 48.9, 9.6)	El Salvador	Panama (28.4, 50, 21.6)	Germany
India	Ukraine (56.1, 37.9, 6)	Georgia	Poland (31.7, 50, 18.3)	Greece
Kenya	Venezuela (55.5, 38.4, 6.1)	Guatemala	Romania (38.8, 50, 11.2)	Hong Kong SAR
Kyrgyz Republic	Vietnam (56.5, 37.6, 5.9)	Indonesia	Saudi Arabia (36.7, 50, 13.3)	Iceland
Lao PDR		Iran, Islamic Rep.	Seychelles (25.2, 50, 24.8)	Ireland
Lesotho		Jamaica	Slovak Republic (21.3, 50, 28.7)	Israel
Liberia		Jordan	Trinidad and Tobago (24.1, 50, 25.9)	Italy
Madagascar		Mexico	Turkey (35.6, 50, 14.4)	Japan
Malawi		Montenegro	Uruguay (23.3, 50, 26.7)	Korea, Rep.
Mali		Morocco		Luxembourg
Mauritania		Namibia		Malta
Moldova		Paraguay		Netherlands
Mozambique		Peru		New Zealand
Nepal		Russian Federation		Norway
Pakistan		Serbia		Portugal
Rwanda		South Africa		Qatar
Senegal		Sri Lanka		Singapore
Sierra Leone		Swaziland		Slovenia
Tajikistan		Thailand		Spain
Tanzania		Tunisia		Sweden
Uganda				Switzerland
Yemen				Taiwan, China
Zambia				United Arab Emirates
Zimbabwe				United Kingdom
				United States

* For economies in transition, the weights (%) applied to the Basic requirements subindex, Efficiency enhancers subindex, and the Innovation and sophistication factors subindex are reported in parentheses.
Source: Schwab, 2017: 320.

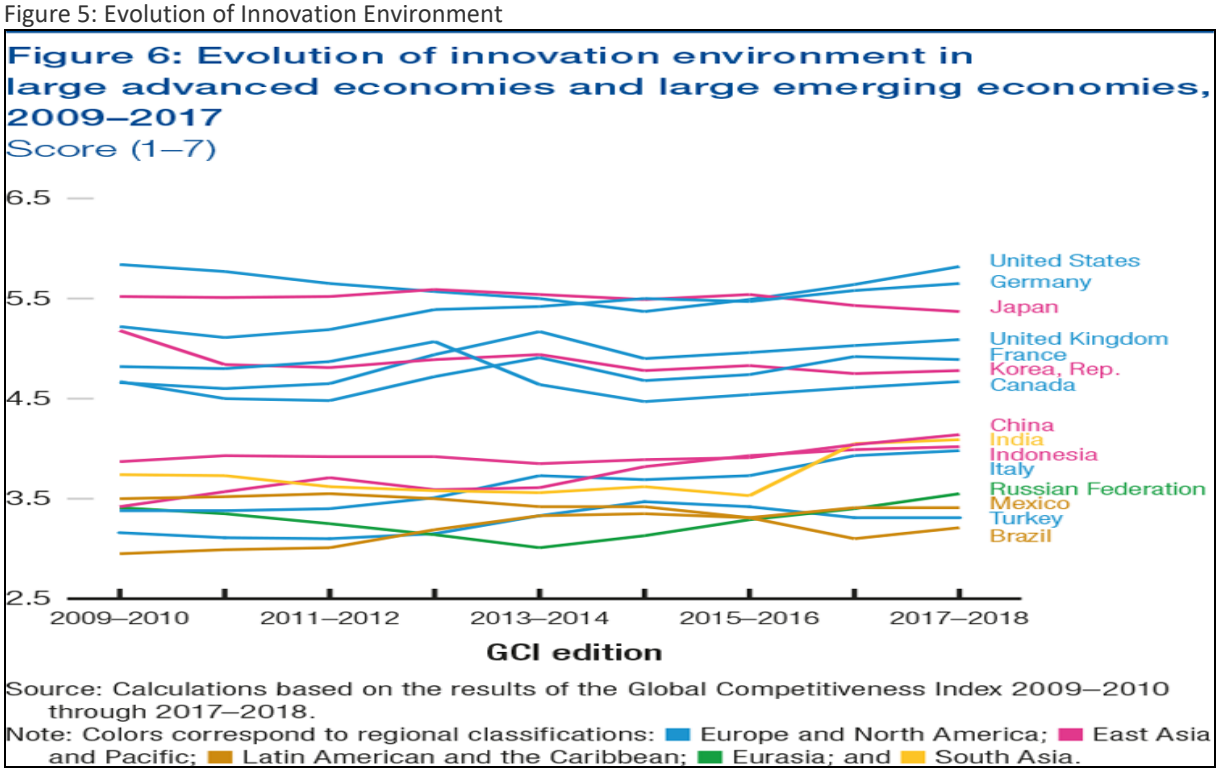
4. THE RANK OF TURKEY IN THE GCI

Turkey ranked 53rd in the global competitiveness index 2017-2018. Turkey’s position has improved two places compared the previous year but worsened compared 2012. The highest rank reached by Turkey is the year of 2012 in when is the rank of Turkey was 43rd. Regarding the stages of development, Turkey is among the 20 countries in transition from stage 2 to stage 3.

Highlights

- The strongest improvements have taken place in the latest technologies and mobile broadband subscriptions (see Table 1).
- Turkey should remove rigidities existing in its labor market, improve its quality of education, improve its institutional framework, and strengthen the efficiency and stability of financial markets (see Table 1).
- Regarding innovation environment, Turkey seems to lose its potential to innovate gained in 2000s (see Figure 5).
- The three most problematic factors for doing business in Turkey are inadequately educated workforce, access to financing, and inefficient government bureaucracy (see Table 2).

Figure 5: Evolution of Innovation Environment



Source: Schwab, 2017: 16.

Table 1: The Rank of Turkey in GCI 2017-2018

	Rank/137 2017-2018	**Score**
Overall	53	4.42
Basic Requirements	60	4.75
Institutions	*71*	*3.85*
Infrastructure	*53*	*4.47*
Macroeconomic environment	*50*	*5.10*
Health and primary education	*84*	*5.60*
Efficiency Enhancers	51	4.40
Higher education and training	*48*	*4.78*
Goods market efficiency	*53*	*4.48*
Labor market efficiency	*127*	*3.39*
Financial market development	*80*	*3.82*
Technological readiness	*62*	*4.42*
Market size	*14*	*5.50*
Innovation and Sophistication Factors	66	3.65

Business sophistication	*67*	*3.99*
Innovation	*69*	*3.31*

Source: Schwab, 2017: 292.

Table 2: Most Problematic Factors for Doing Business in Turkey 2017-2018

Factors	Score
Inadequately educated workforce	12.3
Access to financing	10.6
Inefficient government bureaucracy	10.5
Policy instability	9.9
Tax rates	8.3
Inflation	7.4
Tax regulations	7.2
Restrictive labor regulations	7.1
Foreign currency regulations	5.0
Inadequate supply of infrastructure	4.8
Poor work ethic in national labor force	4.5
Insufficient capacity to innovate	3.8
Government instability/coups	2.9
Corruption	2.7
Poor public health	2.0
Crime and theft	0.9

Source: Schwab, 2017: 292.

The rank of Turkey in the detailed global competitiveness index is given below. The first numbers indicate the rank while the second numbers indicate values which are provided in a 1 to 7 scale.

The Global Competitiveness Index in detail Turkey (Schwab, 2017: 292).
1st pillar: Institutions 71 3.8
1.01 Property rights 67 4.4
1.02 Intellectual property protection 94 3.7
1.03 Diversion of public funds 38 4.3
1.04 Public trust in politicians 70 2.9
1.05 Irregular payments and bribes 53 4.3
1.06 Judicial independence 103 3.1
1.07 Favoritism in decisions of government officials 82 2.9
1.08 Efficiency of government spending n/a n/a
01.09 Burden of government regulation 67 3.4
1.10 Efficiency of legal framework in settling disputes 91 3.1
1.11 Efficiency of legal framework in challenging regulations 103 2.7
1.12 Transparency of government policymaking 42 4.5
1.13 Business costs of terrorism 120 4.1
1.14 Business costs of crime and violence 72 4.5
1.15 Organized crime 72 4.8
1.16 Reliability of police services 72 4.3
1.17 Ethical behavior of firms 88 3.6
1.18 Strength of auditing and reporting standards 83 4.3
1.19 Efficacy of corporate boards 48 5.0
1.20 Protection of minority shareholders' interests 80 3.9
1.21 Strength of investor protection 0-10 (best) 21 7.0
2nd pillar: Infrastructure 53 4.5
2.01 Quality of overall infrastructure 28 5.0
2.02 Quality of roads 30 5.0
2.03 Quality of railroad infrastructure 57 3.0

2.04 Quality of port infrastructure 54 4.5
2.05 Quality of air transport infrastructure 31 5.4
2.06 Available airline seat kilometers millions/week 17 2,834.6
2.07 Quality of electricity supply 88 4.4
2.08 Mobile-cellular telephone subscriptions /100 pop. 103 96.9
2.09 Fixed-telephone lines /100 pop. 73 14.3
3rd pillar: Macroeconomic environment 50 5.1
3.01 Government budget balance % GDP 54 -2.3
3.02 Gross national savings % GDP 44 24.9
3.03 Inflation annual % change 116 7.8
3.04 Government debt % GDP 23 29.1
3.05 Country credit rating 0-100 (best) 68 52.6
4th pillar: Health and primary education 84 5.6
4.01 Malaria incidence cases/100,000 pop. 1 0.0
4.02 Business impact of malaria n/a n/a
4.03 Tuberculosis incidence cases/100,000 pop. 43 18.0
4.04 Business impact of tuberculosis 125 3.7
4.05 HIV prevalence % adult pop. 1 0.0
4.06 Business impact of HIV/AIDS n/a n/a
4.07 Infant mortality deaths/1,000 live births 64 11.6
4.08 Life expectancy years 59 75.4
4.09 Quality of primary education 105 3.1
4.10 Primary education enrollment rate net % 82 94.1
5th pillar: Higher education and training 48 4.8
5.01 Secondary education enrollment rate gross % 37 102.5
5.02 Tertiary education enrollment rate gross % 2 94.7
5.03 Quality of the education system 101 3.2
5.04 Quality of math and science education 104 3.3
5.05 Quality of management schools 108 3.6
5.06 Internet access in schools 72 4.1
5.07 Local availability of specialized training services 93 4.0
5.08 Extent of staff training 102 3.5
6th pillar: Goods market efficiency 53 4.5
6.01 Intensity of local competition 9 5.9
6.02 Extent of market dominance 59 3.8
6.03 Effectiveness of anti-monopoly policy 43 4.1
6.04 Effect of taxation on incentives to invest 72 3.6
6.05 Total tax rate % profits 87 41.1
6.06 No. of procedures to start a business 70 7
6.07 Time to start a business days 35 6.5
6.08 Agricultural policy costs 90 3.5
6.09 Prevalence of non-tariff barriers 45 4.6
6.10 Trade tariffs % duty 75 5.9
6.11 Prevalence of foreign ownership 100 4.1
6.12 Business impact of rules on FDI 52 4.9
6.13 Burden of customs procedures 80 3.9
6.14 Imports % GDP 114 25.5
6.15 Degree of customer orientation 37 5.1
6.16 Buyer sophistication 66 3.4
7th pillar: Labor market efficiency 127 3.4
7.01 Cooperation in labor-employer relations 118 3.8
7.02 Flexibility of wage determination 51 5.1
7.03 Hiring and firing practices 87 3.5
7.04 Redundancy costs weeks of salary 122 29.8
7.05 Effect of taxation on incentives to work 70 3.9
7.06 Pay and productivity 91 3.7

7.07 Reliance on professional management 80 4.0
7.08 Country capacity to retain talent 83 3.2
7.09 Country capacity to attract talent 103 2.6
7.10 Female participation in the labor force ratio to men 123 0.44
8th pillar: Financial market development 80 3.8
8.01 Availability of financial services 51 4.4
8.02 Affordability of financial services 97 3.4
8.03 Financing through local equity market 55 3.8
8.04 Ease of access to loans 51 4.1
8.05 Venture capital availability 82 2.7
8.06 Soundness of banks 58 5.2
8.07 Regulation of securities exchanges 78 4.1
8.08 Legal rights index 0-10 (best) 95 3
9th pillar: Technological readiness 62 4.4
9.01 Availability of latest technologies 57 4.9
9.02 Firm-level technology absorption 46 4.8
9.03 FDI and technology transfer 61 4.5
9.04 Internet users % pop. 70 58.3
9.05 Fixed-broadband Internet subscriptions /100 pop. 59 13.6
9.06 Internet bandwidth kb/s/user 61 68.1
9.07 Mobile-broadband subscriptions /100 pop. 60 66.8
10th pillar: Market size 14 5.5
10.01 Domestic market size index 13 5.4
10.02 Foreign market size index 26 5.7
10.03 GDP (PPP) PPP $ billions 13 1,988.3
10.04 Exports % GDP 101 20.9
11th pillar: Business sophistication 67 4.0
11.01 Local supplier quantity 44 4.7
11.02 Local supplier quality 52 4.6
11.03 State of cluster development 59 3.8
11.04 Nature of competitive advantage 106 2.9
11.05 Value chain breadth 67 3.8
11.06 Control of international distribution 55 3.8
11.07 Production process sophistication 51 4.2
11.08 Extent of marketing 92 4.1
11.09 Willingness to delegate authority 97 3.9
12th pillar: Innovation 69 3.3
12.01 Capacity for innovation 74 4.1
12.02 Quality of scientific research institutions 100 3.3
12.03 Company spending on R&D 69 3.3
12.04 University-industry collaboration in R&D 66 3.5
12.05 Gov't procurement of advanced technology products 64 3.4
12.06 Availability of scientists and engineers 49 4.3
12.07 PCT patents applications/million pop. 39 10.9

5. CONCLUSION

This paper evaluates the rank of Turkey in the Global Competitiveness Index. The Global Competitiveness Index (GCI) is a weighted average of 12 components of competitiveness: institutions, infrastructure, macroeconomic environment, health and primary education, higher education and training, goods market efficiency, labor market efficiency, financial market development, technological readiness, market size, business sophistication, and innovation. These components can be grouped under three sub-indexes (basic requirements, efficiency enhancers, and innovation and sophistication factors) and include 114 indicators.

Turkey ranked 53rd in the global competitiveness index 2017-2018. Turkey's position has improved two places compared the previous year but worsened compared 2012. The highest rank reached by Turkey is the year of

2012 in when is the rank of Turkey was 43rd. Regarding the stages of development, Turkey is among the 20 countries in transition from stage 2 to stage 3.

The strongest improvements have taken place in the latest technologies and mobile broadband subscriptions. Turkey should remove rigidities existing in its labor market, improve its institutional framework, and strengthen the efficiency and stability of financial markets. Regarding innovation environment, Turkey have lost its potential to innovate gained in 2000s. The three most problematic factors for doing business in Turkey are inadequately educated workforce, access to financing and inefficient government bureaucracy.

REFERENCES

Ben Amar, M. and Hamdi, M.T. (2012). "Global Competitiveness and Economic Growth: Empirical Verification for African Countries". International Journal of Economics and Finance, Vol. 4, No. 6, 125-131.

Curtis, T., Dawna, L. And Griffin, T.E. (2013). "Effects of Global Competitiveness, Human Development, and Corruption on Inward Foreign Direct Investment." Review of Business, Vol. 34, No. 1, 67-80.

Ferreira, J.J., Fayolle, A., Fernandes, C. and Raposo, M. (2017). "Effects of Schumpeterian and Kirznerian Entrepreneurship on Economic Growth: Panel Data Evidence." Entrepreneurship & Regional Development, Vol. 29, No: 1–2, 27–50.

Pavlovic, D. and Ljumovic, I. (2016). "Competitiveness Index Analysis: Is Investing in Young People Important to Achieving National Competitiveness?" Scientific Review, Vol: 49, No: 1-2, 24-35.

Schwab, K. (2017) The Global Competitiveness Report 2017–2018: Insight Report, The World Economic Forum: Geneva.

Gümrük Mevzuatında Sınır Ticareti İşlemleri ve Edirne İlinin Durumunun Değerlendirilmesi

Öğr.Gör. Raşit GÜLTEKİN[1]

[1]Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, rasitgultekin@trakya.edu.tr

Özet: Küreselleşen ve aynı zamanda bölgeselleşen dünyanın refahından olabildiğince fazla pay alabilmek amacıyla ülkelerin önemle üzerinde durduğu faaliyetlerin başında, diğer ülkelerle kendi lehine sonuçlanacak şeklide dış ticaret yapmak gelmektedir. Temelde ithalat ve ihracat şeklindeki iki birleşeni üzerinden durulan ve ülkelerin gümrük ve dış ticaret mevzuatına göre yürütülen bu işlemlerin kapsamına giren bir uygulama türü de sınır ticaretidir. Türkiye'de sınır ticareti, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde bulunan ve sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi düşük olan Ağrı, Hakkari, Iğdır ve Van illerinden komşu ülkelerle yapılan dış ticarette uygulama alanı bulmaktadır. İhracatın olabildiğince kolaylaştırıldığı, ithalatın ise belirli kolaylaştırmalar dahilinde tek ve maktu vergi uygulanarak gümrük bölgesi dışında kabul edilen merkezlerden yapılabildiği sınır ticaretinde temel amaç, görece geri kalmış bu sınır illerinde yaşayan halkın ihtiyaçlarının ekonomik yollardan karşılaması ve bu şekilde bölge refahının ve kalkınma düzeyinin artırılmasıdır. Sınır ticaretinin kapsamı, öngörülen etkiyi sağlayamaması ve ülke ekonomisine zarar verecek yönelime girmesi nedeniyle çeşitli tarihlerde yapılan düzenlemelerle ilk durumuna göre değiştirilmiştir. Sınır ticareti hukuki, ekonomik, mali ve sosyal yönleri bakımından incelenmesi gereken güncel konular arasında yer almaktadır. Bu çerçevede çalışmada ilk olarak sınır ticaretinin tanımı, amacı, kapsamı, vergisel boyutu ve etkileri üzerinde durulmuş; sonrasında Edirne ilinde de sınır ticareti yapılabilir mi sorusuna yanıt aranmıştır. Neticede sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi yüksek olan Edirne ilinin, mevcut düzenlemeler ve komşusu AB üyesi Bulgaristan ve Yunanistan'ın durumu dikkate alındığında, sınır ticaretine uygun olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dış Ticaret, Sınır Ticareti, Gümrük Vergileri

1. GİRİŞ

Farklı kapsamda da olsa birçok ülkede uygulama bulan sınır ticareti ülkemizde, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerindeki Ağrı, Hakkari, Iğdır ve Van illerinden sınır ticareti kapsamına alınan ülkelerle yapılacak ticaretle yerel ihtiyaçların daha ekonomik koşullarda karşılanması ve bu illerin sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyesinin yükseltilmesi amacıyla 4458 sayılı Gümrük Kanununun 172. maddesi hükmünde özellik taşıyan bir gümrük işlemi olarak düzenlenmiştir. Cumhurbaşkanı (öncesinde Bakanlar Kurulu) sınır ticaretinin Türkiye ile komşu ülkeler arasında coğrafi durum ve bölge ihtiyaçları göz önünde bulundurularak kapsamını, uygulama usulü ve esasını belirlemeye yetkilidir. Bu yetkiye istinaden Bakanlar Kurulu tarafından 2016/8478 sayılı Sınır Ticaretinin Düzenlenmesine İlişkin Kararı yayımlamıştır.

Sınır ticareti, niteliği ve kapsamı dikkate alındığında, ilgili sınır illerinde faaliyet gösteren kişilerin ihtiyaç duyulan eşyanın bir kısmını daha kısa sürede ve düşük maliyetle sınır komşusu ülkelerden ithalatını yaparak piyasaya sunması ve bu illerden ihracat yaparak bölgeye ticari ve ekonomik canlılık kazandırması amacıyla yapılan ticari işlemler olarak tanımlanabilir.

Gümrük mevzuatı uyarınca gümrük idareleriyle muhatap olan kişiler ilgili mevzuat hükümlerine uymak, gümrük idarelerinin yapacağı denetime tabi olmak, vergileri ve diğer mali yükleri ödemek veya teminata bağlamak ve dolayısıyla ilgili mevzuatın uymayı zorunlu kıldığı işlemleri yerine getirmek zorundadır. Dolayısıyla gümrük işlemleri sırasında duruma göre fatura, ayrıntılı fatura, kıymet bildirim formu, çeki listesi, taşıma belgesi, analiz raporu, tercihli tarife belgeleri, izin, kısıntı veya belli kuruluşların vereceği uygunluk, kontrol veya yeterlilik belgesi, garanti belgesi ile ayniyet belgesi gibi pek çok belgenin gümrük idaresine verilmesi gerekmektedir. Sınır ticaretinde ise usul işlemleri ve vergilendirme rejimi dikkate alındığında eşya bakımından kapsamının dar tutulduğu fakat bünyesinde çeşitli basitleştirmeler ile tek ve maktu vergiye yer verildiği görülmektedir. Bu bağlamda sınır ticareti işlemleri sırasında gümrük beyannamesi ile birlikte fatura, sınır ticaret belgesi, menşe şahadetnamesi, ithalat uygunluk belgesi gibi daha az sayıda belgenin gümrük idaresine verilmesi yeterlidir. Ayrıca sınır ticaretine konu edilen eşya ürün güvenliği ve teknik düzenlemelere ilişkin ihracat ve ithalat denetimlerinden de muaf tutulmuştur. Sınır ticaretinin gümrük ve dış ticaret işlemlerine ilişkin içerdiği bu basitleştirmeler ticaret erbabına önemli maliyet ve zaman avantajı sağlamaktadır. Ancak olumlu yönleri yanında süreç içerisinde sınır ticaretinin olumsuz yönleri de ortaya çıkmıştır.

Sınır ticareti illerin gelişmişlik düzeyi ve karşılıklılık gözetilerek bölge insanlarının ihtiyaçlarının dış ticaret yoluyla sağlanması ve böylece bölgesel refahın da artırılması esasına dayanmaktadır. Komşusu olduğu ülkeler, sahip

olduğu uluslararası ulaşım ağları altyapısı, ekonomisi ve dış ticareti ile gelişmişlik düzeyi bakımından Edirne ilinin sınır ticaretine uygunluğu bakımından durumunun değerlendirilmesi iyi bir örnek oluşturmaktadır.

Bu çerçevede çalışmada ilk olarak; sınır ticareti işlemlerinin ne anlama geldiği, amaçları ve kapsamı, sınır ticareti işleminde vergilendirme rejimi ve sınır ticareti işlemlerinin olumlu ve olumsuz yönleri üzerinde durulacaktır. Çalışmada ikinci olarak sınır ticareti işlemlerinin kapsamı ve hareket noktasını oluşturan şartlar çerçevesinde Edirne ilinde sınır ticaretinin uygulanabilirliği hakkında bir değerlendirme yapılacaktır. Bu amaçla komşusu olduğu ve AB üyesi olan Bulgaristan ve Yunanistan ile Türkiye'nin ikili dış ticareti ve sonrasında da Edirne ilinin dış ticareti ve sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi incelenecektir.

2. SINIR TİCARETİ KAVRAMI, AMACI VE KAPSAMI

2.1. Sınır Ticareti Kavramı

Literatürde sınır ticareti coğrafi yakınlık ve bölgesel gelişmişlik ölçütleri dikkate alınarak çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Bu bağlamda sınır ticareti sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi görece geri olan sınır illerinde yaşayan halkın günlük ihtiyaçlarını daha ucuz ve kolay yoldan karşılamaları amacıyla düzenlenmiş olan özel bir dış ticaret şeklidir (Öztürk, 2006: 108). Diğer bir ifadeyle sınır ticareti komşu iki ülkenin sınırına yakın bölgeleri arasında ve özel anlaşmalara göre yapılan bir ticaret türüdür (Tan ve Altundal, 2008: 13). Ülkenin kara sınırı olan ülkeler arasında yapılan ve anlaşmalarla düzenlenen özel bir rejime tabi olan ticaret şekli (Mercan, 2011: 2) olan sınır ticareti, sınırların denizlerle ayrılmış şekli olan kıyı ticareti (Öztürk, 2006: 109) de dikkate alındığında sınır ve kıyı illeri ile bunlara komşu illerin ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla ve karşılıklı olarak yapılan ticari işlemlerdir (Ertürk vd., 2013: 80) ya da ülkenin kara ve deniz sınırı olan ülkelerle yaptığı, genellikle özel bir rejime tabi olan ticaret şeklidir (Seyidoğlu, 1999: 126). Ülkelere olan mesafe dikkate alındığında sınır ticareti 30 kilometre civarında derinliğe sahip uluslararası kara sınırları boyunca uluslararası ticaretin küçük bir kısmını oluşturan fakat sınır bölgelerinin ekonomik olarak gelişimi ile bölgesel entegrasyonu üzerinde önemli etkileri olan bir tür mal ve hizmet değişimidir (Ge vd., 2014: 300).

1615 sayılı Gümrük Kanununda kavram olarak yer alan sınır ticareti ilk kez 79/17493 sayılı Dış Satım Düzenleme Kararı ve bu karara istinaden çıkarılan 7/17793 sayılı Kararı ile düzenlenmiştir (Orhan, 2000: 21; Ertürk vd., 2013: 80). Gümrük mevzuatında sınır ticareti, olağan işlemlerden farklı içeriği nedeniyle gümrük işlemlerinin özel bir kısmını oluşturmaktadır. Bu bakımdan sınır ticareti, ülkelerin sınıra yakın bölgelerinde yerleşik kişiler ile sınır komşusu diğer ülke veya ülkelerde yerleşik kişiler arasında yapılan, normaline göre basitleştirilmiş fakat kapsamı sınırlı tutulmuş gümrük ve dış ticaret işlemlerini içeren bir türüdür. Nitekim 4458 sayılı Gümrük Kanununun 172. maddesi uyarınca sınır ticareti, Bakanlar Kurulunca Türkiye ile komşu ülkeler arasında coğrafi durum ve bölge ihtiyaçları göz önünde bulundurularak kapsamı, uygulama usulü ve esası belirlenen ve aynı Kanunun 6. Kısım başlığı dikkate alındığında "özellik gösteren" gümrük işlemlerini içeren bir ticari "faaliyettir".

Olağan gümrük ve dış ticaret işlemlerinde bir sapma ve vergisel muafiyet uygulaması niteliği taşıyan sınır ticaretini düzenleyeni 2016/8478 sayılı Sınır Ticaretinin Düzenlenmesine İlişkin Bakanlar Kurulu Kararının (RG, 18.3.2016, 29657) 4.a. maddesinde ise sınır ticareti Karar kapsamındaki sınır illerinde faaliyet gösteren esnaf ve tacir tarafından sınır illerinin ihtiyaç duyduğu ürünlerin bir kısmının daha kısa sürede ve düşük maliyetle sınır komşusu ülkelerden ithalat yoluyla tedarik edilerek Kararda belirtilen illerde piyasaya arz edilmesi ve Karar kapsamındaki illerden komşu ülkelere ihracat yapılması suretiyle bölgeye ticari ve ekonomik canlılık kazandırılması amacıyla yapılan ticari işlemler anlamına geldiği belirtilmiştir.

2.2. Sınır Ticaretinin Amacı

Mevcut gümrük ve dış ticaret rejimi içerisinde sınır ticareti şeklinde özel nitelik taşıyan işlemlere yer verilmesinde sosyo-ekonomik amaç öne çıkmaktadır. Türkiye uygulamasında söz konusu sosyo-ekonomik amaçları; bölge halkının ihtiyaçlarının sınır komşusu ülkelerden kısa sürede ve düşük maliyetle temin edilerek bölge ekonomisinde canlılık sağlanması ve bölgenin gelişmişlik düzeyinin artırılması, ulaşım imkanlarının maliyet avantajından yararlanılması, gümrük ve dış ticaret işlemlerinde basitleştirmeler ve vergisel avantajlar sağlanması yoluyla ticaret hacminin artırılması, kaçak veya kayıt dışı ticari faaliyetlerin engellenmesi, istihdamın artması ile sınır ticaretine taraf ülkelerdeki kişilerin girişimcilik ruhuna ve dış ticaret kültürüne katkıda bulunulmasıdır (Orhan, 2000: 15; Kökçe, 2005; Tan ve Altundal, 2008: 14-15; Ertürk vd., 2013: 80). Nitekim Ağrı, Hakkari, Iğdır ve Van illerinde kişi başına düşen gelir miktarı Türkiye ortalamasının çok altında olduğundan,

ekonomik canlılığın oluşması, ticaretin artması, kaçakçılığın azalması, kayıt dışı ekonominin önüne geçilmesi ve daha ucuza eşya ihraç edilmesi amaçlarının gerçekleşmesi için sınır ticaretine başvurulmuştur (Karluk ve Dural: 2010, 50-51).

2.3. Sınır Ticaretinin Kapsamı

Sınır ticaretinin kapsamını sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyine bağlı olarak sınır ticareti kapsamına alınan iller, sınır ticaretine konu edilebilecek eşya ile bu eşyaya ilişkin gümrük ve dış ticaret işlemleri belirlemektedir.

Yukarıda belirtildiği üzere sınır ticaretine ilişkin temel düzenleme 4458 sayılı Gümrük Kanunu olduğundan, sınır ticaretinin kapsamının tespiti bakımından ilk başta 4458 sayılı Kanununa ve sonrasında da bu Kanunun verdiği yetkiye dayanarak yayımlanan ilgili genel düzenleyici işlemlere bakılması gerekmektedir.

4458 sayılı Gümrük Kanununun 172. maddesi uyarınca sınır ticaretinin kapsamını belirlemeye Bakanlar Kurulu yetkilidir. Bakanlar Kurulu bu yetkisine istinaden 2016/8478 sayılı Sınır Ticaretinin Düzenlenmesine İlişkin Kararı (RG, 18.3.2016, 29657) yayımlamış ve sınır ticaret merkezlerinin kurulmasına ve buralardan yapılacak ihracat ve ithalata tek ve maktu bir tarife uygulanmasına ilişkin usul kurallarını belirlemiş ve sınır ticaretine ilişkin ithalat değer limitleri, ithalat uygunluk belgesi, sınır ticaret belgesi, il değerlendirme komisyonu, sınır ticaret merkezi, tacir ve mağaza kavramlarının ne anlam ifade ettiği belirtildikten sonra ithalata ve ihracata ilişkin esasları düzenlenmiştir. 700 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin (RG, 7.7.2018, 30471 Mük.) 126. maddesi hükmüyle Gümrük Kanunun anılan maddesinde yapılan değişiklikle bu konularda Cumhurbaşkanı yetkili kabul edilmiştir.

Sınır ticaretine ilişkin gümrük işlemlerinin ne şekilde yerine getirileceği ve sınır ticareti merkezlerinin denetimi konusunda ise Ticaret Bakanlığı (öncesinde Gümrük ve Ticaret Bakanlığı) yetkili olup, anılan Bakanlık tarafından konu hakkında çeşitli düzenleyici işlemler yayımlanmıştır. Ayrıca kaldırılmadan önce Ekonomi Bakanlığının dış ticaretin düzenlenmesi görevi çerçevesinde sınır ticaretine ilişkin kurum ve kuruluşlar arasında koordinasyon sağlama, talimatlar verme, eşya ve ülke bazında sınırlandırma veya durdurma dahil olmak üzere sınır ticareti yoluyla yapılacak ithalat ve ihracatın her aşamasında gerekli görülen düzenlemeleri yapma ve önlemler alma konusunda çeşitli tasarrufları olmuştur. Sınır ticaretinin amacına uygun olarak yürütülmesinden ve izlenmesinden il düzeyinde Valiler sorumlu tutulmuştur.

Türkiye'de ilk sınır ticareti işlemleri 1978-79'da yaşanan petrol krizi ve döviz darboğazına çözüm bulabilmek için Ağrı Valiliği ve İran'ın Batı Azerbaycan Genel Valiliği arasında varılan mutabakatla canlı hayvan, sigara gibi muhtelif tüketim eşyasına karşılık motorin, fueloil ve benzin alımı şeklinde yapılmıştır (Orhan, 2000: 32; Ertürk vd., 2013: 80) 1985'te Gaziantep Öncüpınar ve Karkamış sınır kapılarından Suriye ile sınır ticareti yapılmasına izin verilmiştir (Güneş vd., 2010: 3-4; Ertürk vd., 2013:80). Dolayısıyla sınır ticareti ülke genelinden ziyade bölgelere ve illere yönelik olduğu görülmektedir (Kökçe, 2005; Ertürk vd., 2013: 85).
2016/8478 sayılı Kararın 13. maddesinde sınır ticareti kapsamına alınan yetkili iller, yetkili gümrük kapıları ve sınır ülkesi belirtilmiştir.

Tablo 1: Sınır Ticaretine Yetkili İller, Yetkili Gümrük Kapıları ve Ülkeler

Yetkili Sınır İli	Yetkili Gümrük Kapısı	Ülke	Yetkili Sınır İli	Yetkili Gümrük Kapısı	Ülke
Artvin	Sarp	Gürcistan	Hakkari	Habur	Irak
Ardahan	Türkgözü	Gürcistan	Hakkari	Derecik	Irak
Ardahan	Aktaş	Gürcistan	Hakkari	Üzülü	Irak
Kars	Dilucu	Nahçıvan	Şırnak	Habur	Irak
Iğdır	Dilucu	Nahçıvan	Mardin	Nusaybin	Suriye
Iğdır	Gürbulak	İran	Şanlıurfa	Akçakale	Suriye
Ağrı	Gürbulak	İran	Gaziantep	Karkamış	Suriye
Van	Kapıköy	İran	Kilis	Öncüpınar	Suriye
Hakkari	Esendere	İran	Hatay	Cilegözü	Suriye

Kaynak: Resmi Gazete Arşivi, (2018)

Tablo 1'e göre sınır ticareti, ülkemizin doğu ve güneydoğusunda bulunan ve Ermenistan haricindeki ülkeleri kapsamına alan bir işlem olarak öngörülmüştür. Bununla birlikte 2016/8478 sayılı Kararın 14. maddesi uyarınca sadece Ağrı-Sarısu, Hakkari-Esendere ve Van-Kapıköy'den Iğdır-Dilucu'ndan, bu illerde bulunan sınır ticaret merkezleri ve yetkili gümrük kapıları kullanılarak İran ve Nahçıvan ile karşılıklı sınır ticareti yapılabilmektedir. Ayrıca sınır ticareti kapsamında ithal edilen eşyanın, ancak yetkili sınır illerinde yerleşik esnaf ve tacire satışı söz konusu olduğundan ülke genelinde veya kapsamına girmeyen diğer illerde serbest dolaşımı mümkün değildir.

Sınır ticareti, sınır ticaret merkezlerinden yapılabilmektedir. Sınır ticaret merkezleri, sınır komşusu ülke ile müşterek sınır hattı üzerinde kurulan ve sınır ticareti yapılabilen mağazaların bulunduğu yerler olup, bulunduğu ildeki il özel idaresince işletilmektedir. Sınır ticaret merkezlerine ithal veya ihraç amacıyla konulan eşyanın buralarda kalış süresi ise 3 aydır. Bu süre zorunlu nedenlerle gümrük idaresince uzatılabilmektedir. Sınır ticaret merkezleri, Gümrük ve Ticaret Bakanlığınca yayımlanan Sınır Ticaret Merkezlerinin Fiziki Olarak Düzenlenmesi, Eşya ve Stok Kontrollerinin Yapılması ile Bu Merkezlere Giriş ve Çıkışlara İlişkin Usul ve Esaslara Dair Yönetmelik (RG, 31.10.2009, 27392) uyarınca Türkiye Gümrük Bölgesi dışında olup, gümrük denetimine tabidir.

Aşağıdaki tabloda sınır ticareti kapsamına alınan illerin 2007-2016 dönemi dış ticaret verileri sunulmaktadır.

Tablo 2: Sınır Ticareti Kapsamına Alınan İllerin Dış Ticaret Verileri (2007-2016)(Bin ABD Doları)

	Ağrı		**Hakkari**		**Iğdır**		**Van**	
Yıllar	**İhracat**	**İthalat**	**İhracat**	**İthalat**	**İhracat**	**İthalat**	**İhracat**	**İthalat**
2007	28.101	56.590	178.962	5.631	68.582	3.081	13.473	13.042
2008	50.687	77.074	203.373	8.766	86.497	2.098	13.073	5.498
2009	44.339	45.227	399.111	8.587	79.642	2.485	17.341	12.715
2010	76.904	58.973	309.076	19.771	101.692	5.631	18.911	21.836
2011	77.697	71.206	339.112	32.976	98.080	8.329	20.127	38.566
2012	42.142	38.888	362.993	38.888	84.662	8.115	21.708	33.291
2013	56.162	89.354	280.612	42.657	140.371	10.674	26.655	51.206
2014	82.609	65.574	389.418	72.653	123.395	16.828	28.771	41.156
2015	87.645	99.832	185.794	1.557	132.002	14.051	20.342	30.359
2016	52.134	144.691	23.588	3 286	96.697	16.833	38.465	56 500
Türkiye'de İller İçerisindeki Sıralaması								
2007	58	38	31	68	45	71	67	64
2008	51	36	32	66	47	73	66	69
2009	53	42	24	66	44	72	65	64
2010	47	48	26	61	44	73	68	60
2011	50	48	28	58	46	73	69	57
2012	63	54	26	54	51	72	67	57
2013	60	45	33	53	47	68	68	49
2014	55	44	27	43	49	67	66	53
2015	54	39	42	76	47	65	66	57
2016	60	35	66	76	52	69	64	50

Kaynak: TÜİK, (2018).

Tablo 2'ye göre sınır ticareti yapılabilen illerin dış ticaret verileri tek olarak veya birlikte ele alınsa bile Türkiye ortalamasının oldukça altında olduğu görülmektedir. Bununla birlikte illerin sınır ticareti kapsamına alınmasındaki esas ölçüt dış ticaretlerinden ziyade ekonomik gelişmişlik düzeyleridir. Nitekim sınır ticareti işlemleri, illerin sınır komşusu ülkelere yakınlığı ve sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyinin görece geri olması nedeniyle bu illerde bulunanlara gümrük işlemlerinde belirli avantajlar sağlanması esasına dayanmaktadır.

2016/8478 sayılı Kararın 11. maddesinde farklı sınır kapılarının yetkilendirilmesi veya iptali ile yeni sınır ticareti merkezlerinin kurulması ya da mevcut olanlarının kapatılmasına ilişkin usul hükümlerine yer verilmiştir. Buna göre gümrük idarelerinin sınır ticaretine yetkilendirilmesi ve sınır kapılarında yeni sınır ticaret merkezi kurulması için ilgili ilin Valisi tarafından kaldırılan Ekonomi Bakanlığına ekonomik, ticari ve sosyal gerekçeler ile ihtiyaç analizi çalışmalarını içeren bir teklifte bulunulması gerekmektedir. Gümrük idareleriyle ilgili talepler hakkında kaldırılan Ekonomi Bakanlığınca Gümrük ve Ticaret, İçişleri, Kalkınma ve Milli Savunma Bakanlıklarından ayrıca görüş alınması öngörülmüştür. Sınır ticaret merkezinin kapatılması ya da sınır ticaretine yetkili gümrük kapısının bu yetkisinin kaldırılması için ise Gümrük ve Ticaret, İçişleri, Kalkınma ve Milli Savunma Bakanlıklarınca Ekonomi Bakanlığına teklifte bulunulması ve tümünün görüşlerinin aynı yönde olması halinde bu hususun Bakanlar Kuruluna sunulması gerekli görülmüştür. Mevcut Cumhurbaşkanlığı teşkilat yapılanması dikkate alındığında Ticaret, İçişleri, Sanayi ve Kalkınma ve Milli Savunma Bakanlıkları ile Cuhurbaşkanının bu hususlarda görevli ve yetkili olacağı görülmektedir.

Sınır ticareti kapsamına giren illerin diğer illere göre sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi çok düşüktür. Sosyo-ekonomik gelişme kavramının, kişi başına gelirin artırılması şeklinde özetlenebilecek ekonomik büyüme

kavramıyla birlikte, yapısal ve insani gelişmeyi içine alan sosyal değişkenleri de kapsayan bir anlamı vardır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013: 1). Kalkınma Bakanlığınca hazırlanan raporda, ülke içindeki ekonomik ağırlığı, sosyal gelişmişlik seviyesi, bireysel zenginlik ve refah düzeyi, il ölçeğinde ekonomik ve sosyal gelişmişlik ile bireysel refah arasındaki denge gibi ölçütler esas alınarak illerin "yüksek", "orta" ve "düşük" olmak üzere 3 gelişmişlik kademeli ve orta gelişmişlik kademesinde yer alan illerin de 4 alt kademeye ayrılarak toplamda 6 kademeli bir gelişmişlik dağılımı gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013: 50-72).

Tablo 3: Türkiye'de İllerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması

Kademe / Sıra	İl	Kademe / Sıra	İl	Kademe / Sıra	İl	Kademe / Sıra	İl
1 / 1	İstanbul	**3 / 22**	Balıkesir	**4 / 43**	Afyon	**5 / 64**	Bayburt
1 / 2	Ankara	**3 / 23**	Manisa	**4 / 44**	Artvin	**5 / 65**	Yozgat
1 / 3	İzmir	**3 / 24**	Mersin	**4 / 45**	Erzincan	**5 / 66**	Adıyaman
1 / 4	Kocaeli	**3 / 25**	Uşak	**4 / 46**	Hatay	**6 / 67**	Diyarbakır
1 / 5	Antalya	**3 / 26**	Burdur	**4 / 47**	Kastamonu	**6 / 68**	Kars
1 / 6	Bursa	**3 / 27**	Bilecik	**4 / 48**	Bartın	**6 / 69**	Iğdır
1 / 7	Eskişehir	**3 / 28**	Karabük	**4 / 49**	Sivas	**6 / 70**	Batman
1 / 8	Muğla	**3 / 29**	Zonguldak	**4 / 50**	Çorum	**6 / 71**	Ardahan
2 / 9	Tekirdağ	**3 / 30**	Gaziantep	**5 / 51**	Sinop	**6 / 72**	Bingöl
2 / 10	Denizli	**3 / 31**	Trabzon	**5 / 52**	Giresun	**6 / 73**	Şanlıurfa
2 / 11	Bolu	**3 / 32**	Karaman	**5 / 53**	Osmaniye	**6 / 74**	Mardin
2 / 12	Edirne	**3 / 33**	Samsun	**5 / 54**	Çankırı	**6 / 75**	Van
2 / 13	Yalova	**4 / 34**	Rize	**5 / 55**	Aksaray	**6 / 76**	Bitlis
2 / 14	Çanakkale	**4 / 35**	Düzce	**5 / 56**	Niğde	**6 / 77**	Siirt
2 / 15	Kırklareli	**4 / 36**	Nevşehir	**5 / 57**	Tokat	**6 / 78**	Şırnak
2 / 16	Adana	**4 / 37**	Amasya	**5 / 58**	Tunceli	**6 / 79**	Ağrı
2 / 17	Kayseri	**4 / 38**	Kütahya	**5 / 59**	Erzurum	**6 / 80**	Hakkari
2 / 18	Sakarya	**4 / 39**	Elazığ	**5 / 60**	Kahramanmaraş	**6 / 81**	Muş
2 / 19	Aydın	**4 / 40**	Kırşehir	**5 / 61**	Ordu		
2 / 20	Konya	**4 / 41**	Kırıkkale	**5 / 62**	Gümüşhane		
2 / 21	Isparta	**4 / 42**	Malatya	**5 / 63**	Kilis		

Kaynak: TC Kalkına Bakanlığı (2013: 50-72).

Tablo 3'e göre birinci kademede tamamı büyükşehir statüsündeki ve yüksek sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyine sahip İstanbul, Ankara, İzmir, Kocaeli, Antalya, Bursa, Eskişehir ve Muğla olmak üzere 8 il, ikinci ve beşinci kademeler arasında orta sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyine sahip 58 il ve altıncı kademede tamamı Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yer alan ve sınır ticareti kapsamına alınan illerin de olduğu 15 il bulunmaktadır.

Sınır ticareti işlemlerinin yapılabilmesine iller bakımından getirilen kısıtlamanın bir benzeri, sınır ticaretine konu edilebilecek eşya için de söz konusudur. Sınır ticareti kapsamında her eşyanın dış ticareti yapılamamakta, sadece Bakanlar Kurulu ve Ekonomi Bakanlığınca belirlenen eşyanın ithalatı veya ihracatı yapılabilmektedir. Zaman zaman ekonomik veya siyasi nedenlerle sınır ticaretiyle ilgili mevzuatta yapılan değişikliklerle özellikle ithal edilebilecek eşya türü azaltılmıştır. Örneğin petrol ürünleri, günlük ihtiyaçların karşılanması yerine kar üzerine yoğunlaşan ticari faaliyet halini alması nedeniyle 2002'de sınır ticareti kapsamından çıkarılmıştır (Tan ve Altundal, 2008: 11). Günümüzde 2016/8478 sayılı Kararın 11. maddesi uyarınca ihracı ve ithali ilgili mevzuatla yasaklanmış ve ithali belli kurum ve kuruluşlara bırakılmış maddeler, ticaret politikası önlemleri kapsamındaki kota, korunma, damping ve sübvansiyona karşı vergi önlemlerine tabi ürünler; petrol ve petrol ürünleri ile 5201 sayılı Harp Araç ve Gereçleri ile Silâh, Mühimmat ve Patlayıcı Madde Üreten Sanayi Kuruluşlarının Denetimi Hakkında Kanun kapsamında kontrole tabi ürünler, sivil kullanım amaçlı patlayıcı maddeler ile amonyum nitrat ve benzeri içerikli patlayıcı yapımında kullanılabilecek maddeler sınır ticaretine konu edilemez. Canlı hayvan ve hayvansal ürünlerin ticareti ile Tarım ve Orman Bakanlığınca (önceki Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı) insan, bitki ve hayvan sağlığı açısından risk teşkil ettiği belirlenen eşyanın ticareti de yasaktır. 2016/8478 sayılı Kararın 18. maddesi uyarınca İthalat Rejimi Kararı, İhracat Rejimi Kararı, Teknik Düzenlemeler Rejimi Kararı ve diğer mevzuatla ihracı ve ithali izne tabi ürünlerin sınır ticaretine konu edilmesi ise ilgili mercilerin izni ile mümkündür. Ayrıca önceki Ekonomi Bakanlığı tarafından yayımlanan İhracat: 2016/11 No'lu Sınır Ticaretinin Uygulanmasına İlişkin Tebliğ (RG, 13.12.2016, 29917) uyarınca yerli üretimin ve imalatın korunması ile haksız

rekabetin önlenmesi amacıyla çay, şeker, fındık ve antepfıstığı ile Bakanlıkça ithalatı durdurulan diğer eşyanın ve ithalatı Tarım ve Orman Bakanlığı (önceki Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı) iznine tabi olan veteriner ilaçları, veteriner biyolojik ürünleri ve bunların bileşimine giren veya üretiminde kullanılan etkin maddelerin sınır ticareti yoluyla ithalatına izin verilmemektedir.

Sınır ticaretinin ithalat kısmı, eşyanın kıymeti ve menşei bakımından da sınırlandırılmıştır. 2016/8478 sayılı Kararın 7. maddesi uyarınca ithalat limiti, her bir komşu ülke için daha az olması mümkün olmakla birlikte 75 Milyon ABD Doları tarım ve 75 Milyon ABD Doları kadar sanayi eşyası olmak üzere yıllık toplam 150 milyon ABD Dolardır. İllere tahsis edilen ithalat limitlerinde yıl içinde değişiklik yapılması mümkün değildir. İl Değerlendirme Komisyonlarının her bir eşya için düzenledikleri ithalat uygunluk belgelerinin toplam değeri, il bazında belirlenen yıllık ithalat limitinin % 5'ini de geçemez. Bu illere yapılacak ithalata ilişkin ithalat limitlerinin tahsisi için illerin nüfusları oranında paylaştırılması öngörülmüştür. Esnaf ve tacirler ise 30 gün içinde azami 75.000 ABD Doları ithalat yapabilmektedir. Sınır ticaretine konu eşyanın, sınır ticareti yapılan komşu ülke menşeli olması da şarttır.

2016/8478 sayılı Kararın 6. maddesi uyarınca kişilerin (esnaf ve tacirin) sınır ticareti kapsamında ithalat ve ihracat yapabilmesi ve mağaza kiralayabilmesi için İl Ticaret Odası veya İl Ticaret ve Sanayi Odasına yapılan başvurusu üzerine İl Değerlendirme Komisyonunca uygun görülenlere Valiliklerce verilen sınır ticareti belgesine sahip olması gerekmektedir. Belgenin geçerlilik süresi 3 yıl olup, sürenin uzaması mümkündür. 3713 sayılı Terörle Mücadele Kanunu, 6415 sayılı Terörizmin Finansmanının Önlenesi Hakkında Kanun, 5607 sayılı Kaçakçılıkla Mücadele Kanunu, 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu, 6136 sayılı Ateşli Silahlar ve Bıçaklar ile Diğer Aletler Hakkında Kanun, 5682 sayılı Pasaport Kanunu, 213 sayılı Vergi Usul Kanunu ile 1567 sayılı Türk Parasının Kıymetini Koruma Kanununda yer alan suçlardan kesinleşmiş mahkumiyet kararı bulunanlara ve bunların ortağı, sahibi veya yöneticisi olduğu firmalara sınır ticaret belgesi verilmez.

Sınır ticaret belgesi alabilmek için bürokratik engeller azaltıldığından sınır ticaretinin, formalitelerin dış ticareti sınırlayıcı yönünü telafi etmek gibi önemli bir rolü vardır (Tan ve Altundal, 2008: 87). Gerçekten de Dünya Bankası (World Bank-WB) tarafından yayımlanan ve 190 ülkeyi kapsayan rapora göre, Türkiye sınır aşan ticari işlemler sıralamasında 71. sırada olup, ülkemizde ihracat işlemleri 5 saat ve sınır geçiş işlemleri 16 saat sürerken, yükümlülere ihracat işlemleri 87 dolar ve sınır geçiş işlemleri 376 ABD Doları maliyeti vardır. Aynı şekilde ithalat işlemleri 11 saat ve sınır geçiş işlemleri 41 saatken, yükümlülere ithalat işlemleri 142 dolar ve sınır geçiş işlemleri 655 ABD Doları maliyeti vardır (WB, 2018: 200). Bu bakımdan düşük gelirli ticaret erbabı için sınır ticareti işlemleri, işlem yükü ve maliyeti bakımından oldukça avantajlıdır.

Sınır ticareti işlemleri, ilk kez gündeme geldiği 1978'den itibaren çeşitli mevzuat düzenlemelerine konu olmuş ve kapsamında önemli değişiklere gidilmiştir. Bu değişiklikler sonrasında ikili bir yapı ortaya çıkarken, normal gümrük ve dış ticaret işlemlerinden ayrı olarak bir de sınır ticareti işlemleri yoluyla gerçekleştirilen ithalat ve ihracat işlemleri oluşmuştur (Tan ve Altundal, 2008: 69). Sınır ticareti kapsamında diğer dış ticaret işlemlerine göre daha basit yükümlülükler yerine getirilmektedir. Bu basitleştirmeler sınır ticaretini, esnaf ve tacir niteliğindeki bütün kişilerin az bir sermaye ile yapabileceği bir ticaret türü haline getirmiş ve sınır ticaretinin uygulamadaki önemi artırmıştır. Nitekim olağan dış ticaret, belli bir bilgi birikimi ve sermaye gerektirdiğinden herkes tarafından yapılamazken, sınır ticareti daha geniş kesimlerce ve kendi imkanlarıyla yapabilmektedir (Karabulut, 2000: 109; Kökçe, 2005: 17; Tan ve Altundal, 2008: 90; Özçiloğlu ve Sakar, 2011, 37-38; Ertürk vd., 2013: 86).

2016/8478 sayılı Kararın 18. maddesi uyarınca ihracat ve ithalat işlemleri için Gümrük Yönetmeliğinde öngörüldüğü şekilde bir gümrük beyannamesi düzenlenmesi gerekmektedir. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından yayımlanan 18.6.2009 tarihli ve 2009/84 sayılı Genelgede sınır ticareti kapsamında yapılan ithalat ve ihracat işlemlerinin BİLGE sistemi üzerinde gerçekleştirilebileceği belirtilmektedir. Bu kapsamda ithalatta 'Sınır Ticaret Belgesi', 'Menşe Şahadetnamesi', 'İthalat Uygunluk Belgesi'nin ve ihracatta 'Sınır Ticaret Belgesi'nin aranması istenmiştir. İhracatta eşyanın faturası ile ihracatçı birliğince onaylanmış gümrük beyannamesinin yetkili gümrük idaresine verilmesi zorunludur. Ticaret Bakanlığı (önceki Gümrük ve Ticaret Bakanlığı) tarafından yayımlanan 27.4.2016 tarihli ve 2016/28 sayılı Genelgede ise İthalat Uygunluk Belgesi (Sınır Ticareti) ve Sınır Ticareti Belgesi (İhracat)'ne ilişkin başvuruların tek pencere sistemi kapsamına alındığı belirtilmiştir.

2016/8478 sayılı Kararın 11. maddesi uyarınca Karar kapsamında ithal ve ihraç edilen eşya, 28.1.2013 tarihli ve 2013/4284 sayılı Teknik Düzenlemeler Rejimi Kararına istinaden yapılan ihracat ve ithalat denetimlerinden muaf tutulmuştur. Ancak ithal edilen eşyanın 4703 sayılı Ürünlere İlişkin Teknik Mevzuatın Hazırlanması ve Uygulanmasına Dair Kanuna göre güvenli eşya olmasından ithalatçı sorumludur.

3. SINIR TİCARETİNDE VERGİLENDİRME REJİMİ

4458 sayılı Gümrük Kanununun 172. maddesinde verilen yetkiye uygun olarak 2016/8478 sayılı Kararın 9. maddesi uyarınca esnaf veya tacir ya da mağaza kiralayanlarca ilgili gümrük kapısı veya sınır ticaret merkezinden yapılan ithalatta tek ve maktu vergi uygulanması öngörülmüştür. Tek ve maktu vergi gümrük vergisi oranı sıfır, katma değer vergisi ile özel tüketim vergisi oranları tam olarak hesaplanmaktadır. Bu belirleme 3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanununun 52. maddesi ve 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanununun 16. maddesi uyarınca gümrük vergisinin maktu alındığı hallerde tek ve maktu tarife, ithalde alınacak katma değer vergisi ve özel tüketim vergisi de dahil edilmek suretiyle tespitini içeren hükümlerine de uygun düşmektedir. Gümrük vergisinin sıfır uygulanabilmesi amacıyla ithalata konu eşyanın sınır ticareti yapılan ülke menşeli olduğunun gümrük idaresine belgelendirilmesi gerekmektedir. Sınır ticaretinin olağan ticarete göre en büyük avantajı da bu vergilendirme rejiminden kaynaklanmaktadır. Ayrıca sınır ticareti kapsamındaki ithalat ve ihracat işlemleri ile sınır ticaret merkezinde yapılacak ticari işlemlerle ilgili olarak mülki idare amirlikleri, belediyeler, vakıf ve dernekler tarafından herhangi bir ad ve hesap adına kesinti yapılması da mümkün değildir.
Sınır ticareti belgesi sahibi kişiler ilgili gümrük kapısı veya sınır ticaret merkezinden ihracat yapabilmektedir. İhracatın döviz kazandırıcı bir işlem olması ve katma değer vergisi bakımından istisna kapsamında olması nedeniyle 3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanununun 11. maddesinde düzenlenen esaslar, şartların varlığı halinde, sınır ticareti kapsamında yapılan ihracatlar için geçerlilik kazanmaktadır. Aynı şekilde 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanununun 5. maddesi uyarınca özel tüketim vergisine tabi eşyanın sınır ticareti kapsamında ihracı halinde ödenen verginin olağan dış ticaret işlemlerindeki esaslar çerçevesinde iadesi de mümkündür.

4. SINIR TİCARETİNİN OLUMLU VE OLUMSUZ YÖNLERİ

Sınır ticaretinin istihdama, gelir ve refahın yükselmesine, bölgelerarası gelişmişlik farkının kapatılmasına ve alt yapısının artırılmasına, sınır bölgelerinde ekonomik canlılık getirilmesine, bölge halkının ihtiyaçlarını düşük maliyetle karşılamasına, kaçakçılığın ve kayıt dışılığın engellenmesine, dış ticaretin arttırılmasına ve bölgede girişimcilik bilincinin oluşmasına olumlu etkileri bulunmaktadır (Hanoğlu, 2004; Özçiloğlu ve Sakar, 2011: 40; Deniz ve Ağırkaya, 2014: 1). Sınır ticareti sayesinde dış ticaret kültürü ve birikimi olan kişilerin bölgesel ticaretini uluslararası düzeye çıkararak başka pazarlara yönelmesi de mümkündür (Tan ve Altundal, 2008: 13).

Sınır ticaretinin olumlu olduğu kadar olumsuz yönleri de vardır. Ekonomik açıdan bakıldığında sınır ticareti, ticaret erbabının avantajlı olduğu bir vergi tarifesini içermesi ve neden olduğu fiyat farklılığından kaynaklanan iki ayrı piyasadan dolayı ülke ekonomisinin zararınadır. Ayrıca zaman zaman sınır ticareti kapsamındaki ihracatta artış görülmesi de olağan gümrük işlemlerine göre daha basit olduğundan ihracatın sınır ticareti şeklinde yapılmasının tercihinden kaynaklanmıştır (Öztürk, 2006: 119-120; Tan ve Altundal, 2008: 95-103; Ertürk vd., 2013: 86-87).

Sınır ticareti haksız rekabete de yol açabilmektedir. Nitekim petrol ürünlerinin ithalinin serbest olduğu ilk yıllarda, sınır ticaretine tabi eşya türleri iyi tespit edilemediğinden, ithal edilen eşya ucuz maliyetli olarak ülkeye sokulmuş ve neredeyse sınır ticareti olağan ithalatın yerini almıştır. Sınır ticareti kapsamında ithal edilen eşyanın, kapsam dışı illere yayılması da haksız rekabete ve haksız kazanca neden olmuştur. Bölge ihtiyaçları dışında yapılan ithalat yurtiçi piyasadaki dengeleri de bozmuştur. Bu durum eşyayı olağan yolla ithal eden kişiler ve imalatçılar aleyhine sonuçlanmış ve vergi gelirlerini düşürerek hazine zararına yol açmıştır (Tan ve Altundal, 2008: 95-99).

Sınır ticareti yoluyla gelen eşyanın kalitesi de sorunludur. Sınır ticaretine eşyanın ürün güvenliği kontrollerine tabi olmaması, belirli standartları taşımayan eşya hakkında kalite tartışmalarını da beraberinde getirmiştir. Ayrıca eşyanın menşei sınır ilin ülkesi olması şartına çoğu zaman dikkat edilmediği, üçüncü ülke menşeli eşyanın sınır ticaretine konu edildiği ve özellikle ithalatta sınır ticaretinin avantajlarından faydalanarak bu nitelikteki eşyanın satılarak karlı bir sektör oluştuğu görülmüştür (Tan ve Altundal, 2008: 101).

Sınır ticaretinin gümrük işlemlerinde özel bir faaliyet alanı olduğu dikkate alındığında bünyesinde barındırdığı basitleştirmelerin kötüye kullanılması da mümkündür. Nitekim sınır ticaretindeki ithalat için öngörülen kotaların aksine ihracat için bir kota öngörülmediğinden, özellikle bir dönem ihracatta rakamsal olarak bir artış yaşanmış ve bu artışın normal dış ticaret yoluyla yapılması gereken ihracat işlemlerinin iç gümrükleme sorunları nedeniyle sınır ticareti yoluyla yapılmasının sonucu olduğu görülmüştür (Tan ve Altundal, 2008: 101).

5. SINIR TİCARETİ İŞLEMLERİ ÇERÇEVESİNDE EDİRNE İLİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Türkiye ile AB arasındaki eşya ticareti, tarım ürünlerinin dahil edilmediği yani sadece sanayi grubuna giren eşyanın serbest dolaşımını öngören ve teknik standartları, fikri mülkiyet haklarını ve diğer ticari kuralları içeren bir gümrük birliği esasına dayanmaktadır. Bu nedenle 1996'dan beri Türkiye ile AB arasındaki ticarette gümrük vergileri söz konusu değildir ve Türkiye üçüncü ülkelere karşı AB ile aynı gümrük tarifelerini uygulamaktadır (Dreyer, 2012: 17; Liargavos, 2013: 16). Dolayısıyla Türkiye ile AB arasındaki ticarette sanayi eşyası için sıfır gümrük vergisi ve dahilde alınan vergiler ile diğer mali yükler; sanayi eşyası ve işlenmiş tarım ürünleri bünyesindeki sanayi payı haricindeki eşya için gümrük vergisi ve dahilde alınan vergiler ile diğer mali yükler söz konusu olmaktadır.

AB üyesi olan Yunanistan'a ve Bulgaristan'a komşu olması sebebiyle Edirne'de yerleşik kişilerin bu ülkeler ile olan dış ticareti olağan durumda AB-Türkiye gümrük birliği kuralları ile Türkiye'nin ve AB'nin gümrük ve dış ticaret mevzuatı ve dahilde uygulanan mali mevzuata tabidir. Bununla birlikte Edirne ilinde sınır ticareti kapsamına alınması ve bunun mümkün olması halinde de Edirne ili için olumlu sonuçlanması olasılığının tartışılması önem taşımaktadır. Bu amaçla öncelikle Türkiye ile Bulgaristan ve Yunanistan'ın mevcut dış ticareti ve ardından Edirne ilinin dış ticareti ile sosyo-ekonomik gelişmişlik durumu değerlendirilecektir.

5.1. Türkiye ile Bulgaristan ve Yunanistan Arasındaki Dış Ticaret

İkili dış ticaret verileri bakımından Türkiye, hem Bulgaristan'ın ve hem de Yunanistan'ın dış ticaretinde ön sıralarda yer alsa da bu iki ülkenin Türkiye'nin dış ticaretindeki yeri için aynı durum söz konusu değildir.

Tablo 4: Bulgaristan'ın ve Türkiye'nin İhracatı (2007-2016) (Milyon ABD Doları) (%)

Yıllar	Bulgaristan				Türkiye			
	Toplam İhracatı	Türkiye'ye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Türkiye'nin Sırası	Toplam İhracatı	Bulgaristan'a İhracatı	Bulgaristan'ın Payı	Bulgaristan'ın Sırası
2007	18.575	2.122	11,43	4	107.271	2.060	1,92	13
2008	22.485	1.979	8,80	3	132.027	2.151	1,63	16
2009	16.502	1.202	7,29	5	102.142	1.385	1,36	24
2010	20.608	1.752	8,50	4	113.883	1.497	1,31	24
2011	28.165	2.400	8,52	3	134.906	1.622	1,20	21
2012	26.698	2.510	9,40	2	152.461	1.684	1,11	24
2013	29.510	2.659	9,01	2	151.802	1.971	1,30	23
2014	29.386	2.754	9,37	2	157.610	2.040	1,29	24
2015	25.778	2.226	8,64	3	143.850	1.676	1,17	23
2016	26.087	2.090	8,01	4	142.529	2.383	1,67	18

Kaynak: ITC, (2018); TÜİK, (2018).

Tablo 5: Bulgaristan'ın ve Türkiye'nin İthalatı (2007-2016) (Milyon ABD Doları) (%)

Yıllar	Bulgaristan				Türkiye			
	Toplam İthalatı	Türkiye'den İthalatı	Türkiye'nin Payı	Türkiye'nin Sırası	Toplam İthalatı	Bulgaristan'dan İthalatı	Bulgaristan'ın Payı	Bulgaristan'ın Sırası
2007	30.085	2.072	6,89	4	170.062	1.951	1,15	20
2008	37.015	2.075	5,61	4	201.963	1.840	0,91	22
2009	23.340	1.303	5,58	4	140.928	1.116	0,79	24
2010	25.359	1.373	5,41	6	185.544	1.702	0,92	22
2011	32.493	1.544	4,75	7	240.841	2.474	1,03	21
2012	327.43	1.525	4,66	6	236.545	2.753	1,16	22
2013	34.316	2.016	5,88	5	251.661	2.760	1,10	22
2014	34.740	1.966	5,66	5	242.177	2.846	1,18	23
2015	29.265	1.659	5,67	5	207.206	2.254	1,09	20
2016	28.875	1.795	6,22	5	198.618	2.142	1,08	22

Kaynak: ITC, (2018); TÜİK, (2018).

Tablo 4 ve Tablo 5 birlikte değerlendirildiğinde Bulgaristan'ın ve Türkiye'nin ihracatı ve ithalatı rakamsal olarak artsa da ülkelerin payı bu artıştan çok fazla etkilenmemiştir. Genel olarak Bulgaristan mineral yağlar ve yakıtlar, makine ve cihazlar, demir dışı metaller, gıda ve giyim, ilaç, mobilya, plastik ve kauçuk ihracatçısı ve ham petrol ve doğalgaz, makine ve cihazlar, cevher ve tekstil hammaddesi, gıda, sigara ve taşıma araçları ithalatçısıdır. Bulgaristan'ın ihracat yaptığı ülkeler arasında Almanya, İtalya, Türkiye, Romanya ve Yunanistan ve ithalat yaptığı ülkeler arasında Almanya, Rusya, İtalya, Romanya ve Türkiye başta gelmektedir. Türkiye'den Bulgaristan'a plastik ve plastikten mamul eşya, elektrikli makina ve cihazlar, kazanlar, bakır ve bakırdan mamul eşya, taşıma araçları, mineral yakıt ve yağlar, demir, çelik, demir dışı madenler ile bunlardan mamul eşya ve giyim eşyası ihraç edilirken Türkiye Bulgaristan'dan; mineral yakıt ve yağlar, bakır ve bakırdan mamul eşya, elektrikli makina ve cihazlar, ağaç, ahşap eşya ve odun kömürü, yağlı tohum ithal etmektedir (T.C. Sofya Büyükelçiliği, 2016: 6-8).

Tablo 6: Yunanistan'ın ve Türkiye'nin İhracatı (2007-2016) (Milyon ABD Doları) (%)

Yıllar	Yunanistan				Türkiye			
	Toplam İhracatı	Türkiye'ye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Türkiye'nin Sırası	Toplam İhracatı	Yunanistan'a İhracatı	Yunanistan'ın Payı	Yunanistan'ın Sırası
2007	23.504	850	3,62	9	107.271	2.262	2,11	12
2008	31.127	1.328	4,27	7	132.027	2.429	1,84	13
2009	24.236	1.195	4,93	6	102.142	1.629	1,59	19
2010	27.585	1.668	6,05	4	113.883	1.455	1,28	25
2011	33.377	2.618	7,84	2	134.906	1.553	1,15	23
2012	35.151	3.795	10,80	2	152.461	1.401	0,92	26
2013	36.252	4.181	11,53	2	151.802	1.439	0,95	25
2014	36.038	4.340	12,04	2	157.610	1.536	0,97	27
2015	28.733	1.898	6,61	3	143.850	1.400	0,97	26
2016	28.163	1.495	5,31	4	142.529	1.427	1,00	23

Kaynak: ITC, (2018); TÜİK, (2018).

Tablo 7: Yunanistan'ın ve Türkiye'nin İthalatı (2007-2016) (Milyon ABD Doları) (%)

Yıllar	Yunanistan				Türkiye			
	Toplam İthalatı	Türkiye'den İthalatı	Türkiye'nin Payı	Türkiye'nin Sırası	Toplam İthalatı	Yunanistan'dan İthalatı	Yunanistan'ın Payı	Yunanistan'ın Sırası
2007	76.099	2.287	3,01	12	170.062	950	0,56	34
2008	94.347	2.541	2,69	12	201.963	1.150	0,57	36
2009	71.538	1.831	2,56	12	140.928	1.131	0,80	23
2010	66.452	1.540	2,32	14	185.544	1.541	0,83	23
2011	66.692	1.609	2,41	13	240.841	2.568	1,07	20
2012	62.504	1.424	2,28	17	236.545	3.539	1,50	19
2013	62.418	1.501	2,40	15	251.661	4.206	1,67	16
2014	64.218	1.602	2,49	15	242.177	4.043	1,67	15
2015	48.357	1.477	3,05	13	207.206	1.860	0,90	25
2016	48.897	1.520	3,11	12	198.618	1.187	0,60	35

Kaynak: ITC, (2018); TÜİK, (2018).

Tablo 6 ve Tablo 7 birlikte değerlendirildiğinde Yunanistan'ın ihracatının yaklaşık % 7,5 oranındaki payı Türkiye'ye yapılmakta, buna karşın ithalatının yaklaşık % 2,6 oranındaki payı Türkiye'den yapılmaktadır. Türkiye ise ihracatının yaklaşık % 1,2 oranındaki payı Yunanistan'a yapmakta, buna karşın ithalatının yaklaşık % 1 oranındaki payı Yunanistan'dan yapmaktadır. Genel olarak Yunanistan rafine petrol, demir, çelik ve çimento, demir dışı maden, taze ve işlenmiş meyve ve sebze, bitkisel yağ ihracatçısı ve ham petrol, doğalgaz, ilaç ve kozmetik, taşıma araçları ve elektrikli makine ithalatçısıdır. Yunanistan'ın ihracat yaptığı ülkeler arasında Almanya, İtalya, İngiltere, Bulgaristan, Türkiye ve ithalat yaptığı ülkeler arasında Almanya, İtalya, Rusya, Hollanda, Fransa ve Çin başta gelmektedir. Yunanistan Türkiye'den mineral yakıt ve yağ, demir ve çelik, plastik ve plastikten mamul eşya, taşıma aracı, kazanlar, elektrikli makine ve cihazlar, giyim eşyası ve mobilya ithal ederken, Türkiye'ye mineral yakıt ve yağ, pamuk, plastik ve plastikten mamul eşya, kazanlar, elektrikli makine ve cihazlar, demir ve çelik, alüminyum ve alüminyum eşya, kağıt ve karton ihraç etmektedir.

Türkiye ile Bulgaristan ve Yunanistan arasındaki dış ticarette, bu ülkelerin karşılaştırmalı olarak üstün olduğu eşya grupları bulunmaktadır. Bulgaristan et ve diğer hayvansal ürünlerde Türkiye ve Yunanistan'a göre üstündür. Tekstil ve hazır giyim bakımından ise Türkiye üstündür. Ayrıca Türkiye'nin ihracatında tarımsal ürünler fazla yer tutmasa da ayçiçeği üretiminde önde gelen ülkeler arasındadır ve buna Edirne ilinin katkısı büyüktür. Aynı şekilde Edirne'de pirinç üretimini de yüksektir. Yunanistan zeytinyağı üretiminde üstündür (Serdar, 2016: 126-128). Dolayısıyla üç ülke arasındaki ticaretin söz konusu eşya grupları üzerinde yoğunlaşması bu ülkelerin avantajınadır.

5.2. Edirne İlinin Dış Ticareti

Ağırlıklı olarak tarım ekonomisine dayanan Edirne ilinde üretilen eşya yurt içine ve yurt dışına satılmaktadır. Edirne'nin yurt içinden veya yurt dışından aldığı eşya ise daha çok dayanıklı tüketim eşyasıdır.

Tablo 8: Edirne İlinin Dış Ticareti (2007-2016) (Bin ABD Doları) (%)

	İhracat				İthalat			
Yıllar	**Türkiye**	**Edirne**	**Payı**	**Sırası**	**Türkiye**	**Edirne**	**Payı**	**Sırası**
2007	107.271.750	93.857	0,09	37	170.062.715	57.005	0,03	36
2008	132.027.196	103.431	0,08	41	201.963.574	170.531	0,08	24
2009	102.142.613	93.267	0,09	41	140.928.421	83.882	0,06	30
2010	113.883.219	79.095	0,07	46	185.544.332	198.437	0,11	26
2011	134.906.869	60.340	0,04	56	240.841.676	213.164	0,09	28
2012	152.461.737	46.906	0,03	61	236.545.141	120.733	0,05	34
2013	151.802.637	31.347	0,02	65	251.661.250	101.925	0,04	41
2014	157.610.158	42.326	0,03	64	242.177.117	89.163	0,04	39
2015	143.838.871	36.943	0,03	62	207.234.359	76.079	0,04	42
2016	142.529.584	39.318	0,03	63	198.618.235	72.791	0,04	48

Kaynak: TÜİK, (2018).

Tablo 8'e göre genel olarak Edirne'nin Türkiye'nin dış ticaretindeki yeri, sanayisi ve ticareti gelişmiş illere göre oldukça geridir. Edirne ilinin hem Asya hem de komşu Balkan ülkeleriyle önemli ticaret potansiyeli olsa da ağırlık olarak tarıma dayalı ihracatı düşüktür ve son 10 yılda çeşitlenme de gösterememiştir (TEPAV, 2016: 8).

Tablo 9: Ekonomik Faaliyetlere Göre Edirne İlinin İhracatı (2007-2016)(ISIC Rev.3/Bin ABD Doları)(%)

Yıllar		**Tarım ve Ormancılık**	**Balıkçılık**	**Madencilik**	**İmalat**	**Elektrik, Gaz, Su**	**Toptan ve Perakende Ticaret**	**Diğer**
2007	Türkiye	3.725.213	158.252	1.660.895	101.081.873	168.839	473.923	2.755
	Edirne	4.836	-	546	88.475	-	-	-
	Payı	0,13	-	0,03	0,09	-	-	-
2008	Türkiye	3.936.711	240.330	2.155.150	125.187.659	73.324	430.465	3.557
	Edirne	8.702	7	480	94.239	-	1	3
	Payı	0,22	-	0,02	0,08	-	0,0	0,08
2009	Türkiye	4.347.483	188.990	1.682.915	95.449.246	139.740	330.550	3.688
	Edirne	8.425	-	281	84.556	-	-	-
	Payı	0,19	-	0,02	0,09	-	-	-
2010	Türkiye	4.934.710	156.014	2.687.124	105.466.686	181.375	451.656	5.654
	Edirne	5.857	-	132	73.106	-	-	-
	Payı	0,12	-	0,0	0,07	-	-	-
2011	Türkiye	5.166.596	186.017	2.805.449	125.962.537	148.789	631.901	5.580
	Edirne	2.584	-	93	57.664	-	-	-
	Payı	0,05	-	0,0	0,05	-	-	-
2012	Türkiye	5.188.858	190.340	3.160.765	143.193.911	190.211	534.800	2.851
	Edirne	1.959	-	159	44788	-	-	-
	Payı	0,04	-	0,01	0,03	-	-	-
2013	Türkiye	5.653.323	258.177	3.879.449	141.358.199	28.970	605.984	18.535
	Edirne	2.454	-	205	28.688	-	-	-

	Payı	0,04	-	0,01	0,02	-	-	-
	Türkiye	6.029.749	346.537	3.406.108	147.059.418	88.884	672.861	6.599
2014	Edirne	1.511	-	113	40.703	-	-	-
	Payı	0,03	-	0,0	0,03	-	-	-
	Türkiye	5.756.596	368.235	2.798.896	134.389.890	73.861	445.282	6.112
2015	Edirne	2360	-	112	34.471	-	-	-
	Payı	0,04	-	0,0	0,03	-	-	-
	Türkiye	5.397.249	413.904	2.676.815	133.595.801	13.590	423.719	8.505
2016	Edirne	3.005	35	3.471	32.806	-	-	-
	Payı	0,06	0,01	0,13	0,02	-	-	-

Kaynak: TÜİK, (2018).

Tablo 10: Ekonomik Faaliyetlere Göre Edirne İlinin İthalatı (2007-2016)(ISIC Rev.3/Bin ABD Doları) (%)

Yıllar		**Tarım ve Ormancılık**	**Balıkçılık**	**Madencilik ve Taşocakçılığı**	**İmalat**	**Elektrik, Gaz, Su**	**Toptan ve Perakende Ticaret**	**Diğer**
	Türkiye	4.640.577	30.935	25.314.075	133.938.136	21.528	6.086.804	30.660
2007	Edirne	22.559	-	-	30.884	-	3.562	-
	Payı	0,49	-	-	0,02	-	0,06	-
	Türkiye	6.391.914	41.125	35.649.704	150.252.335	15.492	9.578.987	34.016
2008	Edirne	91.815	-	20	74.739	-	3958	-
	Payı	1,44	-	0,0	0,05	-	0,04	-
	Türkiye	4.593.839	31.217	20.624.650	111.030.525	17.256	4.608.026	22.909
2009	Edirne	35.633	-	-	46.712	-	1.537	-
	Payı	0,78	-	-	0,04	-	0,03	-
	Türkiye	6.456.707	33.322	25.932.549	145.366.975	20.471	7.703.896	30.412
2010	Edirne	92.162	-	-	99.928	-	6.347	-
	Payı	1,43	-	-	0,07	-	0,08	-
	Türkiye	8.895.184	48.717	37.331.370	183.930.287	86.576	10.496.278	53.265
2011	Edirne	151.666	-	5	50.574	-	10.916	2
	Payı	1,71	-	0,0	0,03	-	0,10	0,0
	Türkiye	7.446.641	56.206	42.246.825	176.235.027	255.377	10.258.094	46.973
2012	Edirne	67.001	2	1	42.516	-	11.214	-
	Payı	0,90	0,0	0,0	0,02	-	0,11	-
	Türkiye	7.718.045	58.015	38.205.124	196.822.807	334.204	8.468.456	54.559
2013	Edirne	54.607	-	9	33.410	-	13.899	-
	Payı	0,71	-	0,0	0,02	-	0,16	-
	Türkiye	8.588.523	69.365	37.126.090	187.742.215	438.829	8.153.867	58.229
2014	Edirne	42.928	-	21	33.527	-	12.686	-
	Payı	0,50	-	0	0,02	-	0,16	-
	Türkiye	7.176.330	88.366	27.608.840	166.821.237	325.171	5.175.931	37.483
2015	Edirne	30.084	-	3	27.756	-	18.236	-
	Payı	0,42	-	0,0	0,02	-	0,35	-
	Türkiye	7.041.368	55.956	19.008.899	167.243.395	213.614	5.010.752	44.151
2016	Edirne	32.671	-	11	28.014	-	12.095	-
	Payı	0,46	-	0,0	0,02	-	0,24	-

Kaynak: TÜİK, (2018).

Tablo 9 ve Tablo 10'daki veriler birlikte değerlendirildiğinde Edirne'nin Türkiye'nin dış ticaretindeki payı % 1'in altında kalmaktadır.

Edirne ili, Yunanistan'a 3 kilometre ve Bulgaristan'a 17 kilometre uzaklıkta olsa da sınır ticareti yapılamamaktadır. Edirneli iş insanlarının özellikle Bulgaristan'da önemli yatırımları bulunmaktadır. Yunanistan ile turizm ilişkileri üst düzeydedir (Yinanç; 2017). Yine Edirne ili turizm potansiyeliyle de dünyanın sayılı şehirleri arasındadır. Nitekim 2017'de Euromonitor International (EI) tarafından yayımlanan ve dünyanın en fazla seyahat edilen 100 şehrinin sıralandığı rapora göre Edirne 2016'da 2.845 Bin turist sayısıyla 68. Sıradadır (EI,

2017: 85). Yabancı turistlerin perakende ticarete etkisi bakımından bu husus oldukça önemlidir. Nitekim komşu ülkelerden Edirne'ye gelenler ayakkabı, kıyafet ve kozmetik ihtiyaçlarını Edirne'deki pazardan karşılamaktadırlar. Bulgaristan'dan gelenler tekstil, az da olsa yufka, sebze ve meyve alabilmekte ve satın aldıklarını kendi ülkelerinde satabilmektedirler. Komşu ülkelerden gelenlerin alışveriş yapma nedenleri yakınlık, kalite, ucuzluk, kolay bulunabilirlik ve markalı eşya bulabilmeleridir (Özcan ve Taş, 2017: 63-65).

Edirne'nin sınır ticareti bakımından olumlu bazı özellikleri vardır. Nitekim Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin coğrafi şartları ve neden olduğu ulaşım problemleri, nüfus azlığı, terör, altyapı eksiklikleri gibi problemler Edirne için söz konusu değildir. 2009'da hizmete giren ve modern sayılabilecek alt yapısı olan Kapıkule Gümrük Kapısı avantajdır. Buna karşın Türkiye ile bu ülkeler arasında karşılıklılık esasında bir sınır ticareti anlaşması yapılması ise, AB gümrük mevzuatı dikkate alındığında, mümkün görünmemektedir (Yeter, 2012: 66-68). Geçmişte Bakanlar Kurulu, 31.1.1997 tarihli ve 97/9113 sayılı Bulgaristan ile Ülkemiz Arasında Sınır Ticareti Yapılmasına İlişkin Kararı (RG, 19.3.1997, 22938) yayımlamıştır. Kararın 2. maddesinde sınır ticareti, Edirne ilinin ihtiyaçlarının karşılanması ve yapılacak ihracat sayesinde bu ilde sınai ve ticari gelişmenin sağlanması amacıyla karşılıklı olarak yapılan ticari işlemler olarak tanımlanmış ve sınır ticaretinin Kapıkule gümrük kapısından yapılması öngörülmüştür. Sınır ticaretine ilişkin genel esaslar arasında Kararın 8. maddesi uyarınca sınır ticareti yoluyla yapılan ithalatta, ayda 4 defadan fazla olmamak üzere ve her defasında 50.000 ABD Doları karşılığı Türk Lirasını aşmayacak eşyanın ithal edilebileceği ve Karara ekli listede bulunan eşyanın ithalinde, ithalatta alınan her türlü vergi ve fonların %60'ı, ekli liste dışında kalan eşyanın ithalinde ise ithalatta alınan her türlü vergi ve fonların %40'ı tahsil edilmesi vardır. Ekli listede gümrük tarife cetvelinin; 25.23 (Portland çimentosu, saplı çimento ("ciment fondu"), cüruf çimentosu, süper sülfat çimentosu ve benzeri su altında sertleşen çimentolar (boyanmış ve klinker şeklinde olsun olmasın)), 27.01-27.16 (Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve bunların damıtılmasından elde edilen ürünler, bitümenli maddeler; mineral mumlar (Taşkömürü, linyit kömürü, turb, havagazı, sugazı vb. gazlar, katran, zift, petrol yağları, ham yağlar, fuel-oil, gazyağı, benzin, petrol gazları, petrol koku, elektrik enerjisi)) ve 72.01-72.29 (Demir ve Çelik) fasıllarındaki eşya bulunmaktadır. Bakanlar Kurulu kararının uygulaması olmamıştır.

11.7.1998'de Sofya'da Türkiye ile Bulgaristan arasında bir serbest ticaret anlaşması da imzalanmıştır. Anlaşmanın 18.1. maddesinde, menşe kuralları hükümlerini ve ticaret rejimini olumsuz yönde etkilemedikçe sınır ticareti için düzenlemelere gidilmesine engel olmadığı belirtilmiştir. Ancak bu Anlaşma da Bulgaristan'ın 1.1.2007'de AB üyesi olması nedeniyle, 6.12.2006'da yapılan yeni bir anlaşmayla karşılıklı olarak feshedilmiştir.

5.3. Edirne İlinin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Düzeyi

Yukarıda belirtildiği üzere Edirne ilinin Türkiye'nin dış ticaretine katkısı düşük düzeyde kalmaktadır. Bununla birlikte Edirne ilinin sosyo-ekonomik gelişmiş düzeyi yüksek olup, Kalkınma Bakanlığı tarafından hazırlanan rapora göre Türkiye'de İllerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralamasında 2. kademede ve 12. sırada yer almaktadır (Tablo 3). Geçmiş yıllara göre Edirne'nin sosyo gelişmişlik düzeyi önemli düzeyde artış da göstermiştir. Nitekim Edirne'nin sosyo-ekonomik gelişmiş düzeyi sıralaması 1996'da 18 ve 2003'te 16 olmuştur.

Tablo 11: Türkiye'nin ve Edirne İlinin Nüfusu (2007-2016) (Kişi)

Yıllar	Türkiye	Edirne	Payı	Yıllar	Türkiye	Edirne	Payı
2007	70.586.256	396.462	0,56	**2012**	75.627.384	399.708	0,53
2008	71.517.100	394.644	0,55	**2013**	76.667.864	398.582	0,52
2009	72.561.312	395.463	0,55	**2014**	77.695.904	400.280	0,51
2010	73.722.988	390.428	0,53	**2015**	78.741.053	402.537	0,51
2011	74.724.269	399.316	0,53	**2016**	79.814.871	401.701	0,50

Kaynak: TÜİK, (2018).

Tablo 12: Türkiye'de ve Edirne İlinde Kişi Başına İhracat ve İthalat (2007-2016) (ABD Doları)

	Türkiye		Edirne			Türkiye		Edirne	
Yıllar	**İhracat**	**İthalat**	**İhracat**	**İthalat**	**Yıllar**	**İhracat**	**İthalat**	**İhracat**	**İthalat**
2007	1.520	2.409	237	144	**2012**	2.106	3.128	117	302
2008	1.846	2.824	262	432	**2013**	1.980	3.282	79	256
2009	1.408	1.942	236	212	**2014**	2.029	3.117	106	223
2010	1.545	2.517	203	508	**2015**	1.827	2.632	92	189
2011	1.805	2.764	151	534	**2016**	1.786	2.488	98	181

Kaynak: TÜİK, (2018).

Yıllık nüfus artış hızı % 1'in altında olan Edirne ilinin yüzölçümü 6.120 km^2 olup, 2016'da kilometrekareye yaklaşık 66 kişi düşmektedir. Edirne ilinin dış ticareti gibi nüfusu da görece azdır, ancak kişi başına düşen ithalat ve ihracat miktarı Türkiye ortalamasının altınadır.

TÜİK verilerine göre Edirne ilinde yıllara göre artış göstermekle birlikte en son 2014'te kişi başına Gayri Safi Yurt İçi Hasıla miktarı 10.675 ABD Doları olarak hesaplanmıştır. Türkiye için bu miktar 12.112 ABD Doları olup, iller içinde Edirne 20. sıradadır (TÜİK, 2018). Maliye Bakanlığı Muhasebat Genel Müdürlüğü verilerine göre 2016'da Türkiye'de merkezi yönetim bütçesi toplam vergi gelirleri tahsilatı (459.001.741 Bin TL) içerisinde Edirne ilinin vergi tahsilatı (909.038 Bin TL) payı % 0,20 ve kişi başına tahsilat tutarı 2.263 TL civarındadır (MB, 2018). Diğer taraftan aynı yıl merkezi yönetim bütçe giderleri (584.071.431 Bin TL) içinde Edirne İlinin (1.979.330 TL) payı % 0,34 ve kişi başına bütçe gideri 4.927 TL civarındadır (MB, 2018). Edirne ilinin merkezi yönetim bütçesine aktardığı vergi gelirlerinin bu bütçeden yaptığı giderleri karşılama oranı % 46 olup, giderler bakımından Türkiye'de iller içinde 37. sıradadır. Bütün bu veriler Edirne'nin kamu gelirleri ve giderleri bakımından Türkiye ortalamasının altında bir performansının olduğu, ancak iller içindeki orta sıralarda olduğu görülmektedir.

6. SONUÇ

Ülkesel düzeyde gelişmişlik farklılıklarının olduğu sınır komşusu bölgeler için olağan gümrük işlemlerinden bir sapma ve vergisel muafiyet uygulaması niteliği taşıyan sınır ticareti, bu ticarete taraf ülkelerin belirleyeceği kurallar doğrultusunda uyumlu mükelleflerin sorumluluklarını yerine getirmesi halinde kapsamına aldığı bölge insanlarının refahına olumlu katkısı olacağı açıktır. Bununla birlikte özellikle Türkiye uygulamasında görüldüğü üzere konusunu oluşturan eşyanın tespiti ve uygulamanın izlenmesi ve denetlenmesi konusunda olabilecek eksiklikler, düşük yoğunluklu bu ticaret şeklini suistimale açık hale getirmektedir. Ülkemizde sınır ticareti konusunda sık mevzuat değişikliğe gidilmesinin temel nedeni de kişilerin sınır ticaretine yaklaşım tarzıdır.

Türkiye'nin Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerindeki Ağrı, Hakkari, Iğdır ve Van illerinden komşu ülkelerle yapılan ticarette uygulama alanı bulan sınır ticareti işlemlerinin esasında sosyal, hukuki, ekonomik ve mali boyutu olduğu görülmektedir. Dolayısıyla sınır ticareti işlemlerinin iyi yönetilebilmesi ve öngörülen amaçlarına ulaşabilmesi için ulusal mevzuat kadar muhatap ülke ile yapılacak bir anlaşma zemininde uluslararası yönünün de iyi tespit edilmiş olması gerekmektedir.

Edirne ili AB üyesi olan Bulgaristan ve Yunanistan'a oldukça yakın bir konumda olup, gelişmiş uluslararası ulaşım alt yapısına ve modern sayılabilecek birden fazla gümrük kapısına sahiptir. Edirne ilinin sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi oldukça yüksek olsa da dış ticaret verileri Türkiye ortalamasının oldukça altındadır. Bununla birlikte sınır komşusu olduğu ülkelerle karşılı olarak alınacak bağlayıcı kararlar doğrultusunda sınır ticaretinin yapılması mümkün olsa da AB gümrük mevzuatı uyarınca dış ticaretin yürütüldüğü dikkate alındığında bu durum söz konusu mevzuatından bir sapma olacağından olası görülmemektedir. Edirne ili açısından esas sorun, dış ticaretin gerçekleştirilme şeklinden ziyade dış ticaretin konusunu oluşturan eşyanın elde edilmesiyle ilgili sanayi altyapısının zayıflığından kaynaklanmaktadır. Bu bakımdan tarımsal ürünler üzerine yoğunlaşan ihracatın yüksek katma değerli eşyaya geçiş yapması büyük önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

Deniz, A. ve Ağırkaya, M. B. (2015). Sınır ticareti yapan firmaların Iğdır ili sosyo-ekonomik yapısı üzerindeki etkileri. KAÜ İİBF Dergisi, 6(9), 01-30.

Dreyer, I. (2012). Trade policy in the EU's neighbourhood ways forward for the deep and comprehensive free trade agreements. http://institutdelors.eu/wp-content/uploads/2018/01/i.dreyer_tradepolicyineuneighbourhood_ne_may2012.pdf (Erişim Tarihi: 1.6.2018).

Ertürk, Y. E., Deniz, A. ve Ağırkaya, M. B. (2013). Bölgeler arasındaki dengesizliklerin giderilmesinde güçlü bir dış tcaret aracı: sınır ticareti. Iğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 3(4), 79-88.

EI. (2017). Top 100 City Destinations Ranking http://blueswandaily.com/wp-content/uploads/2017/11/Euromonitor-International_WTM-London-2017_Top-100-City-Destinations.pdf (Erişim Tarihi: 25.5.2018)

Ge, Y., He, Y., Jiang, Y. ve Yin, X. (2014). Border trade and regional integration. Review of Development Economics, 18(2), 300-312.

GİB. (2018). http://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm (Erişim Tarihi: 25.5.2018)

MB. (2018). https://www.muhasebat.gov.tr/content/genel-yonetim-mali-istatistikleri (Erişim Tarihi: 1.6.2018)

Güneş, R., Durmuş, A.F. ve Ceyhan, M. (2010). Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerindeki sınır ticareti: sınır ticaretinin gelişimini engelleyen faktörler ve çözüm önerileri, Akademik Yaklaşımlar Dergisi, 1(1), 1-22.

Hanoğlu, H. (2004). Sınır ticaret merkezleri. Gümrük Dünyası Dergisi, 40.

ITC. (2018). https://www.trademap.org/Index.aspx (Erişi Tarihi: 8.6.2018)

Karabulut, K. (2000). Iğdır Ekonomisinin Gelişmesinde Ticaretin ve Özellikle Sınır Ticaretinin Yeri ve Önemi. İktisadi Araştırmalar Vakfı, Iğdır İlinin Ekonomik Kalkınması Semineri.

Karluk, S. R. ve Dural, B. Y. (2010). Sınır ticaretinin Türkiye ve koşu ülkelere etkileri. Kilis 7 Aralık Üniversitesi 1. Uluslararası Sınır Ticareti Kongresi, 4-6.11.2010, 50-58.

Kökçe, R. (2005). 1994-2004 Yılları arasında Güneydoğu Anadolu Bölgesiyle Suriye ve Irak arasında gerçekleşen sınır ticaretinin bölge ekonomisine etkisi. Marmara Üniversitesi Ortadoğu Araştırmaları Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Liargovas, P. (2013). EU trade policies towards neighboring countries. WP2/01 Search Working Paper. International Center for Black Sea Studies, University of Peloponnese http://www.ub.edu/searchproject/wp-content/uploads/2013/01/WP-2.1.pdf (Erişim Tarihi: 1.6.2018)

Mercan, A. N. (2011). Sınır ticaretinin geliştirilmesi ve sınırların serbest yerler haline dönüştürülmesi. Mevzuat Dergisi, 158 https://www.mevzuatdergisi.com/2011/02a/01.htm (Erişim Tarihi: 6.6.2018)

Orhan, O. (2000). Sınır Ticaretinin Türkiye Ekonomisine Etkileri, İstanbul Ticaret Odası, Yayın No: 2000-27.

Özcan, S. ve Taş, Y. (2017). Sınır ticareti ve bölgesel girişimciliğin ekonomik gelişmeye etkisi. Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, 15, 57-66.

Özçiloğlu, M. ve Sakar, M. M. (2011). Sınır ticareti uygulaması sorunlar ve çözüm önerileri. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 6(1), 21-43.

Öztürk, N. (2006). Türkiye'de sınır ticaretinin gelişimi, ekonomik etkileri, karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerileri. ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 2(3), 107-127.

Serdar, A. (2016). Cross border economic cooperation between Turkey, Greece and Bulgaria; opportunities that Thrace Region offers. Recent Researches In Interdisciplinary Sciences (içinde), 120-130 (Editorler: Recep Efe, İsa Cürebal, Gulnara Nyussupova, Emin Atasoy), Sofya: St. Kliment Ohrdiski.

Seyidoğlu, H. (1999). Uluslararası iktisat. 13. Baskı, İstanbul: Güzem.

Tan, M. ve Altundal, F. (2008). Türkiye'de sınır ticaretinin gelişimi ve mevcut durumu. İstanbul Ticaret Odası Yayınları, No: 2008-26.

T.C. Kalkınma Bakanlığı (2013). İllerin ve bölgelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması (sege-2011). Ankara. http://www3.kalkinma.gov.tr/DocObjects/View/15310/SEGE-2011.pdf (Erişim Tarihi: 8.6.2018)

T.C. Sofya Büyükelçiliği (2016). 144 Soruda Bulgaristan'a ticaret ve yatırım rehberi- Şubat 2016 http://www.corlutso.org.tr/uploads/docs/bulgaristan_ticaret_ve_yatirim_rehberi_2016.pdf (Erişim Tarihi: 8.6.2018)

TEPAV. (2016). Edirne kalkınma ve rekabet gücü gündemi projesi raporları (iş fırsatları raporu)-Ocak 2016. (Editör: Senem Köksal) http://www.trakya2023.com/uploads/docs/4112016aKtKI9.pdf (Erişim Tarihi: 15.6.2018)

TÜİK. (2018). https://biruni.tuik.gov.tr/bolgeselistatistik/sorguGiris.do# (Erişim Tarihi: 2.6.2018)

WB. (2018). Doing Business-2018: Reforming to Create Jobs. A World Bank Group Flagship Report Comparing Business Regulation for Domestic Firms in 190 Economies, 15th Edition, Washington DC. http://www.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2018 (Erişim Tarihi: 11.6.2018)

Yeter, F. (2012). Bölge ekonomisine katkısı bağlamında sınır ticaret merkezleri, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Yinanç B. (2017). Turkey's gate to Europe seeks share of border trade. Hurriyet Daily News, 10.4.2017 http://www.hurriyetdailynews.com/turkeys-gate-to-europe-seeks-share-of-border-trade-111811(Erişim tarihi:8.6.2018)

Bireysel Yatırımcıların Meslek Gruplarına Göre Risk Alma Eğilimlerinin Karşılaştırılması: Sakarya İli Örneği

Samet AKDENİZ[1] **Sedat DURMUŞKAYA[2]**

[1]Sakarya Üniv. İşletme Fak. Muhasebe ve Finansman Anabilim Dalı, samet.akdeniz@ogr.sakarya.edu.tr

[2]Sakarya Üniv. İşletme Fak. Muhasebe ve Finansman Anabilim Dalı, sdurmuskaya@sakarya.edu.tr

ÖZET: Belirsizliklerle dolu bir çevrede, yatırımcıların kararı alma süreçlerinin zaman içinde birçok faktör tarafından etkileniyor olması, bu faktörlerin neler olduğu sorusunu beraberinde getirmektedir. Yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, medeni durum gibi demografik faktörlerin yanı sıra, makro ve mikro iktisadi değişkenler ile psikolojik etkenler bunlardan bazılarını oluşturmakta ve bunlar üzerine literatürde çok sayıda araştırma yapıldığı göze çarpmaktadır. Özellikle finansal yatırım araçlarını kullanarak piyasalardan fon temin eden yada bu araçların arzına aracılık eden kurumların, yatırımcıların risk alma eğilimleri ve bu eğilime etki eden faktörlerin neler olduğu hakkında bilgi sahibi olmaları, çıkaracakları finansal ürünlerin fon temin etmedeki başarısı açısından elzemdir. Bu itibarla çalışmada, mesleklerine göre yatırımcıların risk alma eğilimlerinin farklılığının tespiti ve gerekli çıkarımların yapılması amaçlanmıştır.

Bu çalışma, Sakarya ilindeki bireysel yatırımcılar baz alınarak, 11 meslek grubuna mensup katılımcı, emekli ve öğrenci katılımcılar üzerinden toplamda 13 grup ile 515 katılımcı üzerinden yapılmıştır. Katılımcılara gönüllülük esasına göre uyguladığımız anketlerden elde edilen veriler, SPSS programı vasıtasıyla; One-Way ANOVA analizi yapılarak incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre bireysel yatırımcıların karar alma ve risk alma davranışlarını, sahip oldukları meslekler etkilemektedir. Yapılan analizler sonucunda Sanatçı ve sporcular ile Adalet çalışanları yüksek risk alma eğilimine sahip kişiler, Emekliler ile Çiftçilikle uğraşan çalışanlar en düşük risk alma eğilimine sahip kişiler olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Finansal Yatırım, Risk alma eğilimi, Meslek grupları,

JEL: G40, G41

Abstract: In an environment full of uncertainties, investors decision-making processes are affected by many factors over time, that fact leads to the question of what those factors are. In addition to demographic factors such as age, gender, income level and marital status; the macro and microeconomic variables and psychological factors constitute some of those. And there is a lot of literature related to that topic. In particular, financial institutions that provide funding for the market through financial investment instruments should inform investors about the risk tendency for the success of the financial products they will be issuing. In this study, we will determine the different investors' risk according to their profession to make the necessary deduction.

Based on individual investors in Sakarya province, This study was carried out on 11 group of professions plus students and retirees to raise the number to 13 with 515 participants. The data collected from the questionnaire on a volunteer basis has been analyzed through SPSS by applying the One-Way ANOVA test. The overall results obtained Show that individual investors decision making and risk-taking behaviour are influenced by their profession. It is also seen that artists, athletes and Justice workers were identified as those with a high risk-taking tendency, and those working as pensioners and farm workers were found to have the lowest risk-taking tendencies.

Key Words: Financial Investment, Risk Taking Tendency, Profession Groups,

JEL: G40, G41

1.GİRİŞ

Yatırım sürecinde risk alma eğilimi, yatırımcıların getirilerini doğrudan etkilediğinden, karar süreçlerinde önemli bir ölçüt olarak görülmektedir. Kişilerin risk alma eğilimleri birçok faktör tarafından etkilenerek şekillenmektedir. Risk alma eğilimin etkileyen faktörler, psikolojik ve sosyoekonomik faktörler olarak tanımlanabilir. Sosyoekonomik yani demografik faktörler kadar psikolojik faktörler de bu davranışlar üzerinde oldukça etkindir. Son 20 yılda incelenmeye değer görülen psikolojik etkenler davranışsal finansın temelini atmıştır. Demografik faktörlerden biri olan ve icra edilen mesleğin de yatırım kararlarındaki risk eğilimi üzerinde ne derece etkili bir faktör olacağı sorusu da değer kazanmış olup bu araştırmanın temelini oluşturmuştur.

Literatürde psikolojik önyargılar; bilişsel noksanlıklara dayalı önyargılar ve duygusal faktörler olarak, demografik önyargılar ise cinsiyet, yaş, medeni durum, meslek, eğitim düzeyi, aylık gelir, net mal varlığı ve finansal bilgi düzeyi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Psikolojik önyargılar kadar son yıllarda demografik özellikler de araştırmalarda yerlerini sıklıkla almaktadırlar. Özellikle yaş, cinsiyet, medeni durum ve eğitim seviyeleri üzerine bir çok araştırma yapılmış bulunmaktadır. Bu araştırmalarda yatırım tercihleri açısından anlamlılık derecesi yüksek birçok bağıntı saptanmış ve literatürde yerini almıştır. Meslek ise bu araştırma kıstasları içerisinde araştırmalara en az konu olan özelliklerden biridir.

Üzerinde çok fazla araştırma yapılmayan bir etken olan meslek, bu araştırmanın konusunu oluşturmuş ve Sakarya ilinde yaşayan bireysel yatırımcıların risk alma eğilimlerinin meslekleriyle ilişkisi araştırılmıştır. Bu bağıntının bilinmesi, yani mesleğin yatırım kararlarında etkisinin varlığının tespiti yatırımcılara doğru yatırım araçlarının sunulması açısından önemlidir. Doğru yatırımların yapılması ise karı beraberinde getirecek bu durum ise tasarrufları artıracaktır. Tasarruflar, bizim gibi fon ihtiyacı olan ülkelerin dışa bağımlılığını azaltmakta hayati derecede önemlidir. Finansal pazarlardaki belirsizliklerin azaltılması ve karlılığın artırılması ülke ekonomisine doğrudan etki yapacak ve ekonomik yeterlilikte devletin elini güçlendirecek bir enstrüman olarak yerini alacaktır.

Araştırmada tutum ve davranışların ortaya konabilmesi için hazırlanan anket formu bu düşünce çerçevesinde dizayn edilmiştir. Elde edilen verilerin SPSS programıyla değerlendirilmesi sonucu meslek gruplarına göre tutumlara ve davranışlara verilen cevaplar karşılaştırılarak, katılımcıların verdikleri cevapların tutarlılığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

2.LİTERATÜR

(Böyükaslan, 2012) Bireylerin yatırım kararları üzerinde yer alan etmenler, çemberin dışından içine doğru değerlendirilecek olursa yatırımcılara çemberin merkezinde olan yatırımcıya en yakın çemberin, en etkili olan kişisel faktörler çemberi olduğunu belirtmiştir. Kişisel faktörler ise; yatırımcıların bilgi düzeylerini ve ayırdıkları zamanları, yaşı, cinsiyeti ve eğitim düzeylerini, meslek ve gelirlerini, ayrıca kişilik ve ruhsal durumlarını kapsadığı ifade etmiştir.

(Usul ve Diğerleri 2002) Çalışmalarında tasarruflarından en az payı hisse senetlerine yatıran ev hanımları ve tasarruflarının tamamını veya tamamına yakınını hisse senetlerine yatıran grubun ise öğrenciler olduğu tespit edilmiştir.

(Brown ve diğerleri 2008) İşini kendi kuran ve sermayenin tamamına sahip olma durumuyla finansal risk toleransı arasında pozitif bir ilişki olduğunu belirtmişlerdir.

(Anbar ve Eker 2009) Çalışmalarında kendi işinde çalışanlar başkalarının yanında çalışanlara göre, üst düzey meslek gruplarına mensup kişiler daha alt düzey meslek gruplarında çalışanlara göre daha düşük finansal risk algısına sahip olduklarını ve bu sebeple daha riskli finansal yatırımları tercih ettiklerini ileri sürmüşlerdir.

(Kuzkun, 2013) Yapılan araştırma sonuçları emekli, kamu çalışanı ve özel sektör çalışanlarının riskten kaçan, diğer meslek gruplarına mensup yatırımcıların ise riski seven bir eğilime sahip oldukları tespiti yapılarak meslek ve risk alma eğilimi arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir.

(Grabble ve Lytton 1999) Profesyonel bir işte çalışıyor olmanın yüksek finansal risk toleransına sahip olmakla doğrudan ilişkili olduğunu belirtmişlerdir.

(Yeşildağ ve Özen 2015) Yaş, cinsiyet, meslek, eğitim durumu, aile nüfusu ve gelir gibi bir takım demografik ve sosyoekonomik etkenlerin yatırım kararlarında etkili olduğu tespit etmişlerdir.

(Kahyaoğlu, 2011) Farklı meslek gruplarına mensup bireysel yatırımcılar arasında risk alma eğilimleri açısından anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarında emekli yatırımcıların işçilerden daha yüksek risk alma eğilimine sahip olduğu görülmüştür. Çalışma kapsamına alınan emekli yatırımcıların aylık ortalama gelirlerinin işçilerinkinden yüksek olması durumu göz önüne alındığında, meslek ile risk alma eğilimi arasındaki ilişkinin mesleğin piyasadaki ortalama kazanç durumu üzerinden kurulduğunu ileri süren görüşü desteklediği söylenebilmektedir.

(Küçüksille, 2004) Emekli ve Finans sektörü çalışanlarının riskli yatırımlara en fazla yönelen, öğrenci, serbest meslek mensupları, ev hanımları ve işçilerin ise riskli yatırımları pek fazla tercih etmediğini tespit etmiştir.

(Mittal ve Vyas 2007) Hizmet sektöründe çalışanların, yatırımlarında daha çok hisse senedi ve yatırım fonlarını tercih etmelerine rağmen ticaret yapan veya ticaret sektöründe çalışan yatırımcıların ise tahvil, altın ve gayrimenkul gibi araçlara yatırım yaptığı görülmüştür.

(Venter, 2006) Kendi işinde çalışanlar ile üst meslek gruplarında çalışanların daha düşük risk algısına sahip olduğu, sebebinin yüksek gelir seviyesi ve net mal varlıklarının fazla olmasıyla ilişkili olabileceği ancak yine de yorumlanırken temkinli olması gerektiği uyarısında bulunmuştur.

(Saraç, 2011) Araştırmada farklı meslek gruplarına mensup yatırımcıların risk alma eğilimleri açısından aralarında anlamı bir fark olup olmadığı One-way ANOVA testi vasıtasıyla incelenmiş ve analiz sonuçları farklı meslek gruplarındaki yatırımcıların risk alma eğilimleri arasında anlamlı bir fark olduğunu öne süren hipotezinin doğrulandığı ifade etmiştir.

3.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma ile yaş ve cinsiyet ayrımı yapılmaksızın 11 meslek ile öğrenci ve emekli kişilerin yatırımlarındaki risk alma eğilimlerinin ölçülmesi hedeflenmiştir. Bu kapsamda tamamı Sakarya ilinde çalışan veya yaşayan kişilerle birebir ya da bazı durumlarda ise e-mail yolu ile anketin cevaplandırılması sağlanmıştır. Bu kapsamda, toplamda kolayda örneklem olarak 600 kişiyle görüşülmüş, ankete katılmayı kabul eden 515 katılımcıya e-mail yoluyla yada yüz yüze anketler uygulanmıştır. Toplamda risk algıları, eğilimleri ve tercihlerini ölçen sorular ile demografik bilgilerini içeren 31 soru sorularak risk eğilimleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Sorular genel olarak risk üzerinde yoğunlaşmış ancak bazı sorularda senaryolar sunularak oluşturulan durumlar karşısında hangi davranışları sergileyeceklerinin tespit edilmeye çalışılacağı konular üzerinde yoğunlaştırılmıştır. Anket sorularında yer alan cevaplar risk seviyesi ölçebilmek adına 1'den 5'e kadar puanlanmış, SPSS programı vasıtasıyla; One-Way ANOVA analizi yapılarak incelenmiş ve meslek ile yatırım ve risk alma eğilimleri arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır.

4.BULGULAR

Çalışmada katılımcıların Sakarya ilinde yaşayan bireysel yatırımcıların yatırım kararlarında ve risk alma eğilimlerinde, mesleklerinin etkilerinin olup olmadığı araştırılmıştır. Yapılan anket çalışmasında katılımcılara cinsiyet, yaş, medeni durum, çocuk sayısı, eğitim durumu, meslek ve gelir durumundan oluşan demografik soruların yanı sıra yatırım kararlarındaki tutum ve davranışlarını tespit edebileceğimiz sorular sorulmuş ve bu sorular vasıtasıyla meslek ile finansal risk alma eğilimi arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine ait bilgiler

Özellikler	Seçenekler	F	%
Cinsiyet	Kadın	132	25,631
	Erkek	383	74,369
Medeni durum	Evli	363	70,76
	Bekar	150	29,24
Çocuk sayısı	0	182	35,756
	1	120	23,576
	2	138	27,112
	3	53	10,413
	4 ve üzeri	16	3,143
Yaş	20 ve altı	27	5,253
	21-30	137	26,654
	31-40	166	32,296
	41-50	100	19,455
	51-65	68	13,229
	65 ve üzeri	16	3,113
Eğitim durumu	Okuryazar	9	1,751
	İlköğretim	56	10,895
	Lise	113	21,984
	Ön Lisans – Lisans	273	53,113
	Lisansüstü	63	12,257

Aylık Gelir	1 – 1000 TL	50	9,784
	1001- 2000 TL	63	12,3
	2001 – 4000 TL	214	41,9
	4001-6000 TL	131	25,6
	6000 TL ve üzeri	53	10,4

Tablo 1' de görüleceği üzere erkekler 383 kişi ile % 75, kadınlar ise 132 kişi ile % 25 oranındadır. Katılımcıların %70'e yakını evli ve %30'u ise bekardır. Çocuk sayıları açısından bakıldığında katılımcıların % 35'i hiç çocuğa sahip olmadığını ifade etmiştir. Katılımcıların yaklaşık 23'ü 1 çocuğa, % 27'si 2 çocuğa, yaklaşık % 10'u 3 ve 16 kişi ile yaklaşık % 3'ü 4 ve üzeri çocuğa sahip olduklarını ifade etmişlerdir.

Katılımcılar yaşları itibari ile incelendiğinde, 20 yaş altı ve 65 yaş üstü katılımcıların oranının 48 kişi ile % 8 civarında olduğu göz çarpmaktadır. Yanı sıra 21-41 yaş arası katılımcıların en yoğun kitle olduğu ve yaklaşık %59 gibi bir orana sahip olduğu gözlemlenmiştir. 41 yaş ve üzeri ancak 65 yaş altı katılımcılar ise azımsanmayacak kadar çok olup oranları kitlemizin neredeyse % 33'ü civarındadır. Bu durum çalışma çağındaki nüfus olarak düşünüldüğünde beklenen bir dağılımı ifade etmektedir.

Eğitim durumları açısından bakıldığın ise; sadece okuryazarlığı olan katılımcılarımızın sayısının çok az olduğu ve sayılarının 9 kişi ile sınırlı olduğu görülmektedir. Sırasıyla, % 10 civarında ilköğretim mezunu, % 12 civarında lisansüstü yani yüksek lisans ve doktora mezunu katılımcı, % 22 civarında lise mezunu katılımcı olmasıyla birlikte en büyük kitleyi 273 kişi ile yaklaşık % 53 orana sahip ön lisans ve lisans mezunlarının oluşturduğu görülmektedir. Yine bu tablonun, analize dahil edilen meslek grupları itibari ile gerekli eğitim seviyesini karşıladığı kanaatindeyiz.

Katılımcıların yarıya yakını 2001-4000 TL aylık gelir ile ortalama gelir seviyesine sahip çalışanlardan oluşmaktadır. %10'lik gibi bir kısım ise çoğunluğunu öğrencilerin oluşturduğu 1000 TL altında gelire sahip olan kişilerdir. Benzer durum %12'lik kısmı oluşturan, geneli öğrenci, emekli, çiftçi ve bir kısım özel sektör çalışanının bulunduğu 1001-2000 TL'lik gelire sahip kişilerdir. Yani yaklaşık %22'lik bir grup düşük gelir seviyesine sahiptir. Hiç azımsanmayacak bir yüzdeye sahip bir diğer kısım ise içerisinde Adalet, finans sektörü, kamu çalışanları ile eğitimci ve sağlıkçı gibi meslek mensuplarının bulunduğu grup olup, bu grubun % 36 gibi bir ağırlığa sahip 4001 TL ve üzeri gelirinin olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Katılımcıların Mesleklerine ait bilgiler

Meslek	**f**	**%**
Adalet	23	4,466
Eğitim	52	10,097
Sağlık	37	7,184
Emniyet	42	8,155
Kamu Memur	52	10,097
Kamu İşçi	48	9,320
Özel Sektör Çalışanı	70	13,592
Serbest Meslek Mensubu	27	5,243
Sanatçı ve Sporcu	32	6,214
Finans Sektörü Çalışanı	30	5,825
Öğrenci	43	8,350
Çiftçi	28	5,437
Emekli	31	6,019
Toplam	**515**	**100**

Katılımcıların meslekleriyle ilgili verilen cevaplar değerlendirildiğinde katılımcıların % 13,6'sının özel sektör çalışanı, % 10,1'inin kamu memuru, % 9,3'ü kamu işçisi, % 8,3'ü öğrenci, % 8,2'si emniyet mensubu (çoğunluğu polis memuru, küçük bir kısmı T.S.K. personeli), % 7,2'si sağlık sektörü çalışanı, % 6,2'si sanatçı sporcu, % 6'sı emekli, % 5,8'i finans sektörü çalışanı, % 5,4'ü çiftçi, % 5,2'si serbest meslek mensubu ve % 4,5'i adalet çalışanı olduğu görülmüştür.

Araştırma için meslek gruplarının belirlenmesinde, icra ettikleri mesleklerde sahip olunan risk algısı önemli olmuştur. Örneğin emniyet mensupları ve silahlı kuvvetler personelinin işlerinde vatandaşın can ve mal

güvenliğini sağlamak için hayati tehlikesi yüksek bir meslek grubu olarak karşımıza çıkmaktadır. Sağlık ve adalet çalışanlarının yanı sıra çiftçilik, serbest meslek mensubiyeti ve işçilik de zaman zaman yüksek risk potansiyeline sahip işler olabilmektedir. Diğer yandan öğrencilik, sanatçı ve sporcu (extreme sporcular hariç), kamu memuru ve özel sektörde memur statüsünde ofis işlerinde çalışan personel ile eğitim ve finans sektörü çalışanlarının icra ettikleri işlerle ilgili risk seviyelerinin oldukça düşük olduğu söylenebilir. Ancak burada ifade edilmelidir ki; yukarıda bahsi geçen risk, katılımcıların yaptıkları işin doğası gereği ortaya çıkan toplam risklerdir. Neden olduğu sonuçları itibari ile farklı sıralamalara tabi tutulabilecek, her meslek grubuna ait farklı risk seviyeleri olabileceği gerçeği göz ardı edilmemelidir.

Tablo 3: Katılımcıların davranış ve tutumlarına ait veriler

Finansal Risk Karşısındaki Tutum				
	Kütle	**Ortalama**	**Standart Sapma**	**Standart Hata**
Adalet	23	5,3913	1,82755	0,38107
Çiftçi	28	5,0714	1,11981	0,21162
Sanatçı ve Sporcu	32	4,875	1,5187	0,26847
Serbest Meslek Mensubu	27	4,8519	1,48593	0,28597
Emniyet	42	4,8095	1,01784	0,15706
Öğrenci	43	4,7442	1,19708	0,18255
Sağlık	37	4,5676	1,28107	0,21061
Kamu Memur	52	4,5577	1,67348	0,23207
Eğitim	52	4,4615	1,66229	0,23052
Emekli	31	4,4516	0,8884	0,15956
Finans Sektörü Çalışanı	30	4,4333	1,22287	0,22326
Kamu İşçi	48	4,3958	1,26726	0,18291
Özel Sektör Çalışanı	70	4,3143	1,08405	0,12957
Toplam	515	4,6233	1,35443	0,05968

Riske Göre Finansal Yatırım Davranışı				
	Kütle	**Ortalama**	**Standart Sapma**	**Standart Hata**
Sanatçı ve Sporcu	32	27,6250	3,66984	0,64874
Adalet	23	26,0870	2,76197	0,57591
Öğrenci	43	25,6512	3,6961	0,56365
Emniyet	42	25,3810	5,39626	0,83266
Kamu İşçi	48	25,0000	4,65398	0,67174
Finans Sektörü Çalışanı	30	23,8667	3,72071	0,67931
Serbest Meslek Mensubu	27	23,5926	5,3079	1,02151
Kamu Memur	52	23,0000	3,59738	0,49887
Eğitim	52	22,8846	5,3161	0,73721
Özel Sektör Çalışanı	70	22,6286	4,33781	0,51847
Emekli	31	22,4839	4,67526	0,8397
Sağlık	37	22,3243	3,86619	0,6356
Çiftçi	28	21,2143	4,40839	0,83311

Toplam	515	23,8699	4,63162	0,20409

Tablo 3' te yer alan sonuçların değerlendirildiğinde, Adalet çalışanları olarak ifade edilen örneklemi, genelde serbest avukatlar oluşturmaktadır. Katılımcılar yoğun bir şekilde riski sevdiklerini ifade etmişlerdir. Anket sonuçlarına istatistiki açıdan bakıldığında da davranış olarak da bu tutumu destekleyen sonuçlar elde edilmiştir. Yani adalet çalışanları riski sevmektedirler. Bu davranışın ana nedenlerinden biri ileri seviyedeki hukuk bilgilerinin yetkinliklerini artırmış olması ya da durumu bu şekilde kabul etmeleri ve netice olarak bu durumun hayata, insanlara karşı duruşlarında cesur hareketler sergilemelerine neden olması olarak görülebilir. Hata yapma ihtimallerini az görmeleri riski sevmelerine sebep olmaktadır. Ve bu durum yatırım kararlarına da açık bir şekilde yansımaktadır.

Riski sevdiğini söyleyen ve verdikleri cevaplarla bunu en üst seviyede gösteren bir diğer meslek grubu ise Sanatçı ve Sporcular olarak karşımıza çıkmaktadır. Müzisyenler, Sporcular ve Spor eğitmenlerinden oluşan bu meslek grubunun davranış ve tutumlarıyla paralel bir şekilde riski sevdikleri gözlemlenmektedir.

Anketimize katılan çiftçilerin tutumların riski almayı sevdikleri ancak ilginç bir şekilde davranışlarına bunu yansıtmadıkları görülmüştür. Çiftçilerin neredeyse tamamının emekli ve orta yaş üzeri bir aralıkta olmaları ve gelirlerinin orta seviyelerde olmasının, yanında riskli ve yüksek getirili yatırım araçlarını pek fazla tanımamaları, yani finansal bilgi seviyelerinin düşük olması da gösterilebilir.

Serbest meslek mensubu olarak ifade edilen meslek grubunu, genel itibariyle serbest muhasebeci ve mali müşavirler, diş hekimleri, şirket sahipleri ve esnaflar oluşturmaktadır. Yani kendi nam ve hesaplarına çalışan, gelirlerini kendi yaptıkları faaliyetlerle kazanan bir gruptan bahsedilmektedir. Bu grup için risk tutumu ortalamadan yüksek ancak davranışın ise ortalama seviyede olduğu görülmüştür.

Emniyet mensupları (Polis ve Türk Silahlı Kuvvetleri çalışanları) ise tahmin edildiği gibi hayatlarını riske atan bir meslek grubu olmasına paralel olarak risk alma eğiliminde hem tutum hem davranış olarak riski sevdiğini ifade eden cevaplara sahiptirler. Ayrıca risk karşısındaki davranışları tutumlarına göre ortalamanın daha üzerinde olduğundan risk severliklerini ifade ederken mütevazi davrandıklarını bile söylemek mümkündür.

Öğrenciler, çok yüksek bir oranda riski sevdiklerini beyan etmiş olmasalar da davranışları risk almayı sevdiklerini göstermektedir. Bu durumun ortaya çıkmasında sahip oldukları gelirleriyle pek fazla bir sorumluluklarının olmaması, bir an önce zengin olma hayali gibi yüksek getirili yatırımları tercih etmeleri olabilir. Son zamanlarda dünyada oldukça popüler olmaya başlayan kripto varlıklar ve paralara olan ilgileri, hem yeniliğe açık olmaları hem de yüksek getiri sağlamak için almak zorunda oldukları riskten kaçınmadıklarının bir kanıtı niteliğindedir. Yatırımlar tutarlarının küçük olması alınan riskin ne denli büyük olursa olsun kaybedilen tutarın cüzi olacağı düşüncesi de riskli araçlara yatırımı, algısal olarak kolaylaştırmaktadır.

Anket sonuçları sağlık sektörü mensuplarının tutumlarıyla da davranışlarıyla da riski sevmediklerini göstermiştir. İnsan hayatını kurtarmak gibi telafisi güç ve hassas bir görevleri olması nedeniyle riski pek fazla sevmemeleri ve davranışlarında da riskten kaçınma eğilimlerinin meslekleriyle ilgili olduğu kanaatini güçlendirmektedir.

Kamu memurları, eğitimciler ve emekliler için de genel kanaatlerle örtüşen ve risk alma eğilimi göstermeyen tutum ve davranışlar içerisinde oldukları sonucu gözlemlenmiştir.

Finans sektörü çalışanları ise yüksek düzeyde finansal bilgi seviyelerine rağmen tutumlarında riski sevmediklerini, davranışlarıyla da riske ortalama seviyede eğilimleri olduğunu ifade etmişlerdir. Bu durum aynı zamanda ortalama yatırımcılara göre riski elimine edebilen ve portföylerini riske göre ayarlayabilen yatırımcı grubu olduklarını da gösterdiği ifade edilebilir.

Ancak kamu işçilerinin tutumlarıyla riski pek sevmediklerini ifade etmiş olsalar da davranışları itibariyle, risk sever davranışlar içerisinde oldukları görülmüştür.

Özel sektör çalışanları ise tutumları ve davranışları açısından kütlemizdeki riski en sevmeyen grup olarak karşımıza çıkmaktadır. Gelir seviyeleri ve iş garantilerinin olmamaları, önlerini görememeleri bu duruma sebep olmuş olabilir.

5.SONUÇ

Mesleklerin risk alma eğilimi üzerindeki etkisinin varlığı, bireysel yatırımcılara doğru yatırım araçlarının sunulmasında yardımcı olabilecektir. Bu durum, hem yatırımlara aracılık veya danışmanlık yapan şirketlerin işini

kolaylaştıracak hem de yatırımcıların üstlenebileceği riskin tahmin edilebilirliğinden dolayı yatırımcıyı tatmin eden bir risk ve getiri değerine sahip olacağından yatırımcının mutlu olmasına yardımcı olacaktır. Aynı zamanda gerek bireysel gerek toplu bir şekilde, zaman ve şartlar açısından uygun bir yöntemle yatırımcılara tanıtılması ve yatırım araçlarına yatkınlıklarının sağlanması, yatırım kararı verilirken bireysel yatırımcının üzerinde baskıyı azaltabileceği ileri sürülebilir.

Özel sektör çalışanı ve kamu memuru kıyaslanması noktasında çok farklı risk algısına sahip olmadıkları ve bu sebeple iş garantilerinin risk alma eğiliminde hayati bir öneme sahip olmadığı tespiti tarafımızda yapılmıştır. Bunun yanı sıra sanatçı ve sporcular ile adalet çalışanlarının, risk tutum ve davranışlarının risk alma eğilimi yönünde yüksek çıkması, finansal okuryazarlıklarının sorgulanmasının gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır.

Çalışmada elde edilen sonuçlar genel olarak değerlendirildiğinde, meslek gruplarına göre bireysel yatırımcıların risk alma eğilimi anlamlı ölçüde farklılaşmaktadır. Bu farklılaşmanın nedeni olarak, mesleklerin olağan gerekliliklerinin insan psikolojisi üzerindeki etkileri gösterilebilir. Diğer bir ifade ile her bir meslek grubuna ait yapılan rutin ve rutin dışı işler, bu işlerin ifa edilmesi sürecinde karşı karşıya gelinen biyolojik, demografik ve ekonomik riskler, yatırımcıların finansal davranışlarını belirleyen etmenlerden sayılabilir.

Çalışmada ulaşılan sonuçlar ışığında, mesleklerin risk alma eğilimi üzerinde ve yatırım kararları üzerindeki etkisinin, hem bölgesel düzeyde hem de ulusal düzeyde araştırılması gerekmektedir. Buna ilave olarak, daha fazla sayıda meslek grubuna mensup katılımcılarla yapılacak araştırmalarla, kapsamlı olarak ülke çapında bir değerlendirilme yapılabilmesinin faydalı olacağı kanaatindeyiz.

KAYNAKÇA

Anbar, A., Eker, M. (2009). "Bireysel Yatırımcıların Finansal Risk Algılmalarını Etkileyen Demografik ve Sosyoekonomik Faktörler", ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 5, Sayı 9, ss. 129-150.

Böyükaslan, A. (2012). "Bireysel Yatırımcıları Finansal Yatırım Kararına Yönlendiren Faktörlerin Davranışsal Finans Açısından İncelenmesi: Afyonkarahisar Örneği" Yüksek Lisans Tezi,

Brown, S., Dietrich, M., Ortiz, A. ve Taylor, K. (2008). "Self Employment and Risk Preference", Sheffield Economic Research Paper Series, Şubat, ss. 1-29.

Grabble, J. E., Lytton, R.H. (1998). Investor Risk Tolerance: Testing the Efficacy of Demographics as Differentiating and Classifying Factors. Financial Counseling and Plnanning, 9 (1), 61-73.

Kahyaoğlu, M.B. (2011). Finansal Piyasa Yatırımcılarının Risk Algısındaki Değişmenin Analizi. Doktora Tezi. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kuzkun, İ. (2013). Yatırımcıların Risk Alma Düzeyinin Belirlenmesi: Bir Alan Çalışması. Yüksek Lisans Tezi, Hitit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.

Küçüksille, E. (2004). Optimal Portföy Oluşturmaya Davranışsal Bir Yaklaşım. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Mittal, M., Vyas, R. K. (2007). Demographics and Investment Choise among Indian Investors. The ICFAI Journal of Behavioral Finance, Vol. 4, Issue 52(4), pp.51-65.

Saraç, M., Kahyaoğlu, M.B. (2011). Bireysel Yatırımcıların Risk Alma Eğilimine Etki Eden Sosyo-Ekonomik ve Demografik Faktörlerin Analiz. BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi, Cilt :5, Sayı:2, 2011.

Usul, H., Bekçi, İ., Eroğlu, A.H. (2002). Bireysel Yatırımcıların Hisse Senedi Edinimine Etki Eden Sosyo-Ekonomik Etkenler, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 19, Temmuz-Aralık 2002 ss. 135-150.

Venter, G.V. (2006). Financial Plnanners' Perceptions of Risk Tolerance. The 2006 Financial Management Association's (FMA) Annual Conference, Salt Lake City. Utah, USA, 11-14 October, pp. 1-31.

Yeşildağ, E., Özen, E. (2015). Uşak İlindeki Hisse Senedi Yatırımcılarının Profili ve Yatırım Kararlarını Etkileyen Demografik ve Sosyo-Ekonomik Faktörlerin Analizi. Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies, 1/2 (2015) 78-102.

Türkiye'de Hanehalkı Özel Sigorta Harcamalarının Belirleyicileri: Tobit Modeli Uygulaması

Prof. Dr. Selahattin Güriş[1] **Dr. Öğr. Üyesi Melek Astar[2]**

[1]Marmara Üniversitesi / İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, sguris@marmara.edu.tr

[2]Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi / Edebiyat Fakültesi, Psikoloji Bölümü, mastar@fsm.edu.tr

Özet: Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin hanehalkı araştırmalarında, özel sigorta sahibi olma tercihinin genellikle konut ve hatta ikinci konut sahibi olma tercihlerine göre daha öncelikli olduğu belirtilmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu'nun araştırmalarına göre ise ülkemizde önceliğin konut sahibi olma yönünde olduğunu, özel sigorta tercihlerinin daha ileri sıralarda yer aldığını belirtilmektedir. Bu nedenle, bu çalışmada hanehalkı özel sigorta harcamalarının belirleyicilerinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada Türkiye İstatistik Kurumu Hanehalkı Bütçe Anketi'nden elde edilen veriler kullanılmıştır. Verilerin düzenlemesi aşamasında, özel sigorta olarak hayat, sağlık, konut, araç gibi devlet sigortası kapsamının dışında kalan tüm sigortalar ele alınarak haneler için harcama değişkeni oluşturulmuştur. Bağımlı değişken olarak oluşturulan özel sigorta harcamaları sınırlı bilgiye sahip olduğundan ve harcamanın negatif olamayacağı görüşünden hareketle sansürleme ile Tobit Modeli tahminleri yapılmıştır. 171 soldan sansürlü veri ile tahmin edilen model sonucu özel sigorta harcamalarını etkileyen değişkenler belirlenmiş ve sonuçlar tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Hanehalkı, Özel Sigorta Harcamaları, Tobit Modeli

1. GİRİŞ

Bireyler/kurumlar açısından sahip olunan bir mal veya hizmetin zarara uğraması nedeniyle iktisadi kaybın giderilmesi amacı ile ortaya çıkan sigorta kavramı, M.Ö 4500'lü yıllarda Mısır'a kadar dayanmaktadır. Temel işlevi, oluşan zararı ekonomik açıdan önemsiz duruma getirmek, aynı türden tehlikeyle karşı karşıya olan kişilerin, tehlikenin gerçekleşmesi sonucu zarara uğrayanların zararını karşılamada kullanılan bir sistem olan sigorta, kişiler tek başlarına karşılayamayacakları veya tek başlarına karşılamakta zorlanacakları zararları, oluşturulan organizasyon aracılığıyla paylaştırmakta ve böylece riski dağıtmaktadır. Sigorta hukuki açıdan mecburi olan sosyal güvenlik sigortası ve mecburi olmayan özel sigorta olarak iki ayrı şekilde ele alınmaktadır. Ayrıca sosyal güvenlik içinde yer almayıp devletin mecbur tuttuğu sigortalar da bulunmaktadır.

Mecburi olmayan özel sigorta, bir risk teminatı olarak, kişilerin özel çıkarlarının çeşitli risklere karşı teminat altına alınması için serbest iradeleri (sigorta sözleşmesi) ile oluşturulan bir güvence sistemi iken gelişmiş ve genellikle sosyal sigorta sisteminin bulunduğu ülkelerde de yaygın bir şekilde kullanılan finansman yöntemidir (Tiryaki ve Tatar, 2000:126). Gelişmekte olan pek çok ülkede de özel sigorta kullanımı artış göstermektedir. Bu artış için birçok neden söz konusu olabilir. Genel olarak ele alındığında ise kamu hizmetlerine olan memnuniyetsizliğin artması, liberalleşen pazarlar ve genel ekonomik büyüme yanında, daha fazla ve çeşitli tüketici talebini sağlayan sigorta şirketlerinin uluslararası ticaretindeki artışı olarak sıralanabilir (Drechsler ve Jütting, 2005:4).

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde önemli bir sektör olan özel sigorta sektörünün ülkemizde gelişmesini engelleyen faktörler olarak, milli gelir düzeyinin düşüklüğü ile kaderci düşünce yapısı ve sigorta konusunda gerekli bilincin oluşmamış olması, sosyal güvenlik sigortalarının yeterli olacağı düşüncesi olarak değerlendirilebilir (Müslümov ve Aras, 2011:38).

Özel sigorta makro düzeyde sektörel gelişim gibi ele alınmasının yanı sıra mikro düzeyde tüketiciler açısından ele alındığında, özel sigorta sahibi olma süreci karmaşık bir süreç olarak nitelendirilebilir. Tüketiciler, çeşitli sigorta türlerini seçmek için finansal ihtiyaçlarını değerlendirir. Hanehalkı harcamaları arasında lüks mal başlığı altında alan özel sigorta harcamaları, hanehalkı özellikleri açısından değerlendirilerek hangi durumlarda tercih edildiği, hangi özelliklerden etkilendiği belirlenmedir. Bireylerin özel sigorta ihtiyaçları incelenirken, sigorta şirketleri ve ekonomik karar vericiler tarafından hanehalkının genel risk azaltıcı ihtiyaçlarını karşılamadaki sınırlamalarını veya fırsatlarını daha iyi anlamaya çalışmalıdır (Showers ve Shotick, 1994:492).

Literatürde genellikle özel sigorta ile ilgili çalışmalar sigorta sektörü bazında makro düzeyde ele alınmakta olup, özel sigorta harcamaları ile ilgili mikro düzeyde çalışmalar sınırlı sayıdadır ((Hammond vd., 1967), (Duker, 1969), (Showers ve Shotick, 1994)). Bu çalışmalar da hanehalkı yapısının, hanehalkı özelliklerinin sigorta

harcamaları/sigorta talebi üzerine etkileri ele alınmış ve genel olarak, hanehalkının yapısı geliştikçe, hanehalkı özelliklerinde meydana gelen değişikliklerin sigorta talebini etkilediği vurgulanmıştır.

Bu çalışmada, hanehalkı harcamaları arasında çeşitli mal ve hizmetler kaleminde yer alan özel sigorta harcamalarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Hanehalkı özel sigorta harcamalarının belirleyicilerinin incelenmesi için hanehalkı tüketim harcamalarından elde edilen özel sigorta harcamaları sınırlı bilgiye sahiptir. Hanehalkı tüketim harcamaları ile ilgili çalışmalarda, temel ihtiyaçlar haricindeki harcama kalemlerinde hanenin harcama yapmaması durumu ile karşılaşılabilmektedir. Söz konusu ürün veya hizmete talebin olmaması, gelir yetersizliği, alışkanlık, bilgi sahibi olmama gibi durumlar kaynaklı olarak harcama yapılmaması söz konusu olabilir. Özel sigorta harcamaları da bu gruba dahil olduğundan çalışmada Tobit modeli yardımıyla tahminler yapılmıştır.

2. TOBİT MODELİ

Ekonometrik uygulamalarda regresyon modellerinde değişken değerleri söz konusu tüm örnek büyüklüğü için bilinmesine karşılık, bağımsız değişken/değişkenlerin tüm değerleri gözlenebilirken, bağımlı değişkenin tüm değerlerine ulaşılmadığı süreçler ile de karşılaşılabilmektedir (Güriş ve Çağlayan, 2013:683). Literatürde bu tür durumlarda tahmin edilen modellere Bağımlı Değişkeni Sınırlı Modeller adı verilmektedir. Bağımlı değişkeni sınırlı olan bu modellerde; bağımlı değişkenin sınırlanmış yapısının, sansürlü (censored) veya kesikli (truncated) veri şeklinde belirlenmesi gerekmektedir. Eğer söz konusu değişkene ait hiçbir veri yok ve değişkenler analize dahil edilemiyorsa kesikli model, en azından bağımsız değişken/değişkenler gözlenebiliyorsa sansürlü model söz konusu olmaktadır (Amemiya, 1984:3-61). Sansürlemede, tüm örneğin bağımsız değişkenleri gözlenirken, bağımlı değişken ile ilgili sınırlı bilgi söz konusudur. Kesme işleminde ise bağımlı değişkene göre bağımsız değişken değerleri dışlanmakta ve böylelikle veri sınırlandırılmaktadır. Sansürleme işlemi sonucu örnek değişmezken, kesme işlemi sonucunda örnek değişmektedir (Long, 1997).

Bağımlı Değişkeni Sınırlı Modeller denildiğinde karşımıza Tobit Modeli çıkmaktadır. İlk kez Tobin (1958) tarafından, hanehalkı harcamaları ile ilgili olarak dayanıklı tüketim malları gibi bir harcama kaleminin olmaması nedeniyle harcamanın hiçbir zaman negatif olamayacağı görüşüne dayanarak, hanehalkı geliri belirli bir düzeyi geçene kadar bu değişkene sıfır değerinin atanması ile tahmin edilen model, Tobit Modeli olarak adlandırılmaktadır.

Bağımlı değişken gözlemleri sıfırken, tüm gözlemler için bağımsız değişken gözlemlerinin mevcut olması durumunda En Küçük Kareler tahmini sonucu hata terimi ortalaması sıfır olmayacak ve bu durumda sapmalı ve tutarsız tahminler elde edilecektir. Bu sorunun ortadan kaldırılması için bağımlı değişkeni sınırlı modeller arasında yer alan Tobit modelinin Maksimum Olabilirlik tahmini ile sonuçlar elde edilmektedir (Maddala, 1992). Tobit modeli en genel anlamı ile bağımlı değişkenin pozitif olmayan gözlemlerinin sıfır ile değiştirildiği doğrusal olmayan bir regresyon modelidir (Deaton ve Irish, 1984; 59).

Standart Tobit modeli;

$$Y_i^* = \beta' X + \varepsilon_i$$
$$Y_i = 0 \text{ eğer } Y_i^* \leq 0$$
$$Y_i = Y_i^* \text{ eğer } Y_i^* > 0$$

şeklinde ifade edilmektedir. Bu modelde $\varepsilon_i \sim N(0, \sigma^2)$, dir ve modelde yer alan Y_i^* latent değişken, Y_i ise gözlenen değerlerdir. X bağımsız değişkenler vektörünü, β tahmin edilen parametreler vektörünü gösterirken, ε normal dağılımlı hata terimini ifade etmektedir. Gözlenen Y_i değerleri için iki marjinal etki hesaplanabilmektedir (Maddala, 1983; McDonald and Moffitt, 1980).

$$\partial E(Y)/\partial X_j = F(z)\beta_j$$
$$\partial E(Y_i|Y_i^* > 0)/\partial X_j = \beta_j(1 - (z)\lambda - \lambda^2$$
$$\lambda = f(z)/F(z)\,, z = \beta' X_i/\sigma$$

Burada σ hata teriminin standart hatasını gösterirken, f olasılık fonksiyonunu, F ise kümülatif olasılık yoğunluk fonksiyonunu ifade etmektedir. Burada söz konusu olan marjinal etkiler; gözlenen değişkenin pozitif olduğu (koşullu marjinal etki) ve olmadığı gözlemler (koşulsuz marjinal etki) için hesaplanmaktadır.

3. VERİ ve DEĞİŞKENLER

Çalışmada, hanehalkı özel sigorta harcamalarının belirleyicilerini tahmin etmek için Türkiye İstatistik Kurumu'ndan elde edilen Hanehalkı Bütçe Anketi kullanılmıştır. Elde edilen verilerin düzenlemesi aşamasında; özel sigorta olarak hayat, sağlık, konut, araç gibi devlet sigortası kapsamının dışında kalan tüm sigortalar ele alınarak bağımlı değişken olan harcama değişkeni oluşturulmuş ve özel sigorta harcamaları ile çalışılacağından asgari ücret ve altında geliri olan haneler çalışma dışı bırakılmıştır. Gerekli düzenlemelerin ardından (kayıp gözlem, hanehalkının tüm fertleri yerine hanehalkı reisinin sosyo-demografik özelliklerinin belirlenmesi vb.) 3622 hane verisi ile modeller tahmin edilmiştir. Bu hanelerin 171'inde özel sigorta harcaması gözlenirken, 3451 hanenin özel sigorta harcaması yapmadığı gözlenmiştir. Bu durumda veriler soldan sansürlenerek model tahmin edilmiştir. Bağımsız değişken olarak, hane ve hane reisi ile ilgili tüm değişkenler kullanılmıştır. Hanehalkı reisinin medeni durumu, yaşı, kaç yıldır çalıştığını gösteren tecrübe değişkeni, mesleği, ek iş arama durumu, işteki statüsü gibi bireysel özellikleri gösteren değişkenler ile birlikte hane geneline ait hane büyüklüğü, hanenin kırsal yada kentsel alanda yer alması, hane tipi gibi değişkenler ile çok sayıda model tahmin edilmiş ve en uygun model olarak seçilen modelde anlamlı bulunan değişkenler Tablo 1'de verilmiştir. Ev sahibi olma, ikinci konuta sahip olma, iş durumu, çocuk sayısı gibi değişkenler kukla değişken olarak oluşturulmuştur. Harcamalarda oldukça önemli olan eğitim değişkeni için araç değişken olarak eğitimde geçen süreyi ifade eden okuma yılı tercih edilmiştir.

Tablo 1:Değişkenler

Değişken	Sembol /Tanım	
Özel sigorta harcaması	SH	Hanehalkı özel sigorta kalemi harcaması (1000TL)
Gelir	GLR	Hanenin yıllık kullanılabilir geliri (1000TL)
Ev sahibi olma	ES	Ev sahibi ise 1, diğer 0
Hane reisinin iş durumu	ID	Düzenli ücretli ise 1, diğer 0
Hane reisinin okuma yılı	EY	Eğitim sistemine göre hesaplanan eğitim yılı
Çocuk sayısı	CS	Hanedeki çocuk sayısı 3 ve üzeri ise 1 diğer 0
Hane reisinin ikinci konut durumu	IK	İkinci konuta sahip ise 1, değilse 0

4. BULGULAR

Analize dahil edilen hanelerin %78,6'sı kentte, %21,4'ü ise kırsal alanda ikamet etmektedir. Hane reislerinin %70,8'i erkek, %29,2'si kadın iken, medeni durum dağılımı %90,8'i evli, %2,'si bekar ve %6,9'u dul/boşanmış olarak gözlenmiştir. Hane reislerinin %10'u herhangi bir eğitim kurumuna devam etmemişken, %44,2'si ilköğretim mezunu, %10,4'ü ortaokul mezunu, %19'u lise mezunu, %15,1'i üniversite ve %1,3'ü yüksek lisans/doktora mezunudur. Hanelerin % 13,7'si çocuksuz çift, %60,8'i çocuklu çift, %18,4'ü ataerkil/geniş aile, %4,1'i tek yetişkin ve %3,1'i bir arada yaşayan fertler olarak ailelerini tanımlamıştır. Çocuklu ailelerin %14,4'ünün üç ve daha fazla çocuğa sahip olduğu gözlenmiştir. Hanehalkı reislerinin %62,8'i ev sahibi iken %8,9'u ikinci bir konuta da sahiptir. Hane reislerinin %72,3'ü düzenli ücretli olarak çalışırken, %3'ü yevmiyeli ve %4,9'u işveren olarak, %17,2'si kendi hesabına, %2,6'sı ise ücretsiz aile işçisi olarak çalıştığını ifade etmiştir.

Tablo 2: Tanımlayıcı İstatistikler

Grup	Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma	Min	Max
Tüm Haneler	SH	-	-	0	3800
	GLR	29631,40	27320,28	13617,28	624231,89
	EY	7,58	4,52	0	22
	CS	1,87	1,38	0	4
Özel Sigorta Harcaması Yapan Haneler	SH	262,17	162,61	8	3800
	GLR	41155,74	36487,56	13726,21	277052,47
	EY	9,36	5,17	0	4
	CS	1,65	1,28	0	4
Özel Sigorta Harcaması Yapmayan Haneler	SH	0	0	0	0
	GLR	29047,01	26646,47	13617,28	624231,89
	EY	7,49	4,46	0	22
	CS	1,89	1,38	0	4

Analize dahil edilip anlamlı olarak elde edilen sürekli değişkenlerin tanımlayıcı istatistikleri tüm haneler, özel sigorta harcaması pozitif olan haneler ve olmayan haneler için ayrı hesaplanmış (Tablo 2) ve bu değişkenler yardımıyla tahmin edilen Tobit modeli sonuçları verilmiştir (Tablo 3).

Tablo 3: Tobit Modeli Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	Standart hata	Z değeri	Güven Aralıkları	
Sabit	-19,9242*	1,5745	-12,65	-23,01	-16,83
GLR	0,0207**	0,0082	2,53	0,004	0,036
ID	1,6704***	0,8754	1,91	-0,045	3,386
EY	0,2842*	0,0715	3,97	0,144	0,424
ES	1,4469*	0,6976	2,07	0,079	2,814
IK	1,9458**	0,9641	2,02	0,055	3,836
CS	-2,6617**	1,1356	-2,34	-4,88	-0,435
Log likelihood=-1017,96	LR χ^2_6 =56,66**	Pseudo R^2=0,02	Sigma=8,50	Std. Hata=0,49	
Soldan sansürlü gözlem sayısı n=3451					
Sansürsüz gözlem sayısı n=171					

*,**,*** sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık seviyesini göstermektedir.

Hane ve hanehalkı bazında tüm değişkenler yardımıyla tahmin edilen modellerde anlamlı sonuç veren model, hanehalkı geliri, hanehalkı reisi iş durumu, hanehalkı reisi okuma yılı, ev sahipliği, ikinci konut sahipliği ve çocuk sayısı değişkenlerini içermektedir. Model genel olarak anlamlı olmakla birlikte tüm değişkenler için elde edilen parametreler de istatistiki olarak anlamlıdır. Tobit modeli tahmin sonucunda elde edilen sigma değeri En Küçük Kareler yöntemi ile elde edilen regresyon modeli sonuçlarındaki hata terimi varyansının karekökü ne karşılık gelen bir istatistiktir ve genellikle ortalama hata karelerin karekökü ile karşılaştırılarak yorumlanmaktadır (Baum, 2006:262). Bu çalışmada sigma değeri 8,50 olarak elde edilmiştir. Katsayılar incelendiğinde çocuk sayısı değişkeninin özel sigorta harcamalarında negatif etki yarattığı, diğer tüm değişkenlerin ise pozitif etki yarattığın söylenebilir. Hanenin gelirindeki 1 birimlik artış, özel sigorta harcamalarında 0,02 birimlik artışa neden olmaktayken; hanereisi okuma yılındaki 1 birimlik artış, özel sigorta harcamalarında 0,28 birimlik artışa neden olmaktadır.

Tablo 4:Marjinal Etkiler

Değişkenler	Marjinal Etki-Koşulsuz			Marjinal Etki-Koşullu		
	dy/dx	Standart hata	Z değeri	dy/dx	Standart hata	Z değeri
GLR	0,0007**	0,0003	2,51	0,0026**	0,0015	2,54
ID	0,0558**	0,0260	2,14	0,2082**	0,1057	1,97
EY	0,0106*	0,0026	3,99	0,0364*	0,0090	4,02
ES	0,0517**	0,0239	2,16	0,1833**	0,0871	2,10
IK	0,0895***	0,0536	1,67	0,2625***	0,1365	1,92
C	-0,0788*	0,0261	-3,02	-0,3220**	0,1288	-2,50

*,**,*** sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık seviyesini göstermektedir.

Hesaplanan değerlere göre gelirin koşullu marjinal etkisi diğer bir ifade ile özel sigorta harcaması yapan hanelerde gelirin etkisi 0,002 iken, tüm hanelerde bağımlı değişkenin beklenen değerine göre hesaplanan koşulsuz marjinal etki 0,0007 olarak elde edilmiştir. Bu sonuca göre, hanehalkı gelirindeki %1'lik artış özel sigorta harcamalarını %0,002 arttıracaktır. Hanehalkı reisinin düzenli ücretli bir işte çalışıyor olması durumunda özel sigorta harcamaları, diğer iş durumlarına göre (ücretsiz aile işçisi/kendi hesabına çalışan vb) %0,20 daha fazladır. Eğitim değişkeni için araç değişken olarak kullanılan hanehalkı reisinin okuma yılı %1 artış gösterdiğinde, özel sigorta harcaması %0,03 artış gösterecektir. Hanelerin oturdukları evin ev sahibi olma durumu diğer durumlara göre %0,18 daha fazla özel sigorta harcaması yapmasına sebep olurken; hanelerin ikinci bir konuta sahip olma durumu ikinci bir konutu olmayan hanelere göre %0,13'lük daha fazla özel sigorta harcaması yapma olasılığını ortaya koymaktadır. Çocuk sayısı ele alındığında ise üç ve daha fazla çocuğa sahip olan hanelerde özel sigorta harcaması diğer haneler göre %0,12 daha azdır.

5. SONUÇ

Hanehalkı tüketim harcamaları ile ilgili çalışmalarda, temel ihtiyaçlar haricindeki harcama kalemlerinde hanenin harcama yapmaması durumu ile karşılaşılabilmektedir. Özel sigorta harcamaları da bu gruba dahil olan bir harcama türüdür. 3622 hanenin ele alındığı çalışmada 171 hanede özel sigorta harcamasının olması, ülkemiz bazında diğer gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler kadar sigorta tercihi kavramının yerleşmediği düşüncesini uyandırmaktadır. Gelir değişkeninin marjinal etkisi ele alındığında oldukça düşük bir etkisinin olduğu ancak bu etkinin özel sigorta harcamalarını arttırıcı yönde olduğu söylenebilir. Gelirden daha fazla etkili olan ancak yine gelire bağlı olan ikinci konut sahibi olma pozitif yönde, çocuk sayısının üç ve daha fazla olması ise negatif yönde olarak özel sigorta harcamalarında oldukça etkilidir.

Elde edilen tüm sonuçlar birlikte değerlendirildiğinde, ülkemizde özel sigortanın tercihi diğer ülkelere göre daha düşüktür. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin hanehalkı araştırmalarında, özel sigorta sahibi olma tercihinin genellikle konut ve hatta ikinci konut sahibi olma tercihlerine göre daha öncelikli olduğu belirtilmektedir. Ülkemizde ise önceliğin konut sahibi olma yönünde olduğunu, özel sigorta tercihlerinin daha ileri sıralarda yer aldığını belirten araştırmalar söz konusudur.

Özel sigortalara diğer gelişmekte olan ülkeler kadar talebin olmaması, gelir yetersizliği, alışkanlık, bilgi sahibi olmama gibi durumlar neden olarak sıralanabilir. Ayrıca kapsamlı bir sigorta paketinin seçimi, bu sürece karar verme aşamasından sonra da oldukça karmaşık bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Hanehalkı fertleri çeşitli sigorta türlerinden bir veya bir kaçını seçmek için ciddi anlamda finansal ihtiyaçlarını değerlendirmekte ve karar vermektedir. Devlet tarafından sağlanan sigortaların daha çok tercih edilmesi ve gereksinimlerin bu zorunlu sigortalarla karşılanması da özel sigorta tercihlerini olumsuz etkilemektedir. Ülkemizdeki hanelerin gelir seviyeleri düşünüldüğünde elde edilen sonuçların beklendiği doğrultuda olduğunu söyleyebiliriz. Ayrıca genellikle gelirle ilişkili olarak ele alınan sigorta harcamalarında eğitimin etkisi de göz ardı edilmemelidir. Bu nedenle, politika yapıcıları ve sigorta şirketleri, hanehalkının genel risk azaltıcı ihtiyaçlarını karşılamada karşılaşılan sınırlamaları veya fırsatları daha iyi analiz etmelidir. Böylece, hanehalkının çeşitli sigorta türlerinin istenen miktarlarına ilişkin davranışlarını incelemek, özel sigorta tüketicilerinin farklı sigorta türlerine nasıl karar verdiğini anlamak, hem özel sektörde hem de kamu sektöründe politika oluşturmak için önemlidir.

KAYNAKÇA

Amemiya, T. (1984). Tobit models: a survey, *Journal of Econometrics*, 24:(1-2), 3-61.

Baum, C. F., & Christopher, F. (2006). An introduction to modern econometrics using Stata. *Stata press,* Boston.

Deaton, A., & Irish, M. (1984). Statistical models for zero expenditures in household budgets. *Journal of Public Economics*, 23:(1-2), 59-80.

Drechsler, D. & Jütting, J. (2005). Private health ınsurance for the poor in developing countries. *Policy Insights*, OECD Publishing.

Duker, J. M. (1969). Expenditures for life insurance among working-wife families. *Journal of Risk and Insurance*, 525-533.

Güriş, S. & Çağlayan, E. (2013). Ekonometri: temel kavramlar. *Der Yayınları*, İstanbul.

Hammond, J. D., Houston, D. B., & Melander, E. R. (1967). Determinants of household life insurance premium expenditures: An empirical investigation. *Journal of Risk and Insurance*, 397-408.

Long, S., J. (1997). Regression models for categorical and limited dependent variables. *Advanced Quantitative Techniques in the Social Sciences*, 7.

Maddala, G. S. (1983). Limited-dependent and qualitative variables in econometrics. *Cambridge University Press.*

Maddala, G. S (1992). Introduction to econometrics. *Mac millanPublishing Company*, Second Edition, New York.

McDonald, J. F., & Moffitt, R. A. (1980). The uses of Tobit analysis. *The Review of Economics and Statistics*, 318-321.

Müslümov, A. & Aras, G. (2011). Türk sigorta sektörünün özel emeklilik reformu sürecinde değişen rolü: fırsatlar ve tehditler. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 53:(2).

Showers, V. E., & Shotick, J. A. (1994). The effects of household characteristics on demand for insurance: A tobit analysis. *Journal of Risk and Insurance*, 492-502.

Tiryaki, D. & Tatar, M. (2000). Sağlık sigortası: teori ve uygulama. *Hacettepe Üniversitesi Sağlık İdaresi Dergisi*, 5(4):123-138.

Tobin, J. (1958). Estimation of relationships for limited dependent variables. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 24-36.

Gelişmişliğin Anahtarı: Türkiye'de Ar-Ge'ye Yönelik Uygulanan Vergisel Teşvikler[1]

Dr. Öğr. Üyesi Selçuk TEKİN[1]

[1]Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, selcuktekin@trakya.edu.tr

Özet: Küresel rekabetin hızlandığı günümüzde işletmelerin bilgiye ve yüksek katma değere dayalı ürünleri üretmesindeki en önemli unsurun Ar-Ge faaliyetlerinin olduğu bilinmektedir. İşletmeler; sonu belli olmayan ve bu anlamda ciddi para, işgücü ve zaman kaybı riski içeren Ar-Ge faaliyetlerine yatırım yapmak konusunda isteksiz davranabilmektedirler. Bu tür isteksizliklerin giderilmesinde toplumsal teknoloji kültürünün yaygın olup olmamasının yanısıra devletlerin Ar-Ge'ye yönelik teşviklerde bulunup bulunmamasının da önemi büyüktür. Ar-Ge harcamalarının Gayrisafi Yurtiçi Hasıla içindeki payı olarak ifade edilen Ar-Ge yoğunluğunun yüksek olduğu ülkelerde gelişmişlik düzeyinin yüksek olduğu, düşük olan ülkelerde de bunun tam tersi olduğu görülmektedir. Ar-Ge yoğunluğu yüksek olan ülkelerin benzer şekilde çok sayıda patent başvurusunda bulunduğu ve aldığı da bir gerçektir.

Ülkemizde de bu gerçekliğe uygun olması bakımından son yıllarda Ar-Ge faaliyetlerinin desteklenmesi ve düzenlemesine yönelik bir dizi teşvik mekanizmaları yürürlüğe konulmuştur. Bu kapsamda vergi ertelemesinden başlanılarak günümüzde artık tasarım faaliyetlerinin desteklenmesine, ar-ge ve tasarım merkezlerinin kurulmasının kolaylaştırılmasına, sınai mülkiyet haklarından elde edilen kazançların istisna edilmesine kadar geniş çaplı vergisel teşvik unsurları içeren destekler yapılmaya başlanmıştır. Destek unsurlarının kapsamı salt kazanç istisnası olarak düzenlenmemiş, aynı zamanda dolaylı vergilerden bağışıklık, indirim mekanizmasının işletilmesi, sigorta prim desteği ve ücret stopajından indirim gibi çeşitli hukuksal düzenlemelere de yer verilmiştir. Öte yandan son dönemlerde yapılan değişikliklerle dağınık mevzuatın toparlanmasına, piyasa koşullarının gereksinim duyduğu kolaylıkların sağlanmasına çalışıldığı da görülmektedir.

Çalışmamızda; gelişmişliğin yüksek teknolojik ve yenilik içeren ürünlerin üretilip pazarlanması yolundan geçtiği bilgi çağında bu gerçeği gören ülkemizin Ar-Ge faaliyetlerine getirdiği vergisel teşviklerin etkinliği araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ar-Ge, Vergi Teşviki, Gelişmişlik

Jel Sınıflandırması: 032, H24, O10

The Key Of Development: Tax Incentives Towards R&D Implement in Turkey

Assist. Prof. Dr. Selçuk TEKİN[1]

[1]Trakya University, Faculty of Economics And Administrative Sciences, Department of Public Finance, selcuktekin@trakya.edu.tr

Abstract: As global competition accelerates, it is known that the most important factor in producing products based on knowledge and high added value is R & D activities. Businesses; they may be reluctant to invest in R & D activities that have no end, and in this sense serious risk of money, labor and time loss. In eliminating such reluctance, it is also important that the state does not have incentives for R & D as well as whether the social technology culture is widespread. It is seen that the level of development is high in countries where R & D intensity is high, expressed as the share of R & D expenditures in Gross Domestic Product, and it is the opposite in low countries. It is also true that countries with high R & D intensity are similarly involved in numerous patent applications.

In recent years, a number of incentive mechanisms have been put into force in order to support and organize the R & D activities in order to be in compliance with this reality in our country. In this context, starting from the tax delays, support has now started to include support for design activities, facilitation of the establishment of research and design centers, exemption of profits from industrial property rights, and a wide range of tax incentives. The scope of the support elements is not regulated as purely profit exemption but also various legal regulations such as immunity from indirect taxation, operation of discount mechanism, insurance premium support and discount from wage stoppage are included. On the other hand, it is also seen that recent changes have attempted to restore the scattered legislation and to provide the conveniences required by the market conditions.

In our study; the effectiveness of the tax incentives brought to R & D activities by our country, which sees this fact, has been researched during the information era where advanced technological and innovative products are produced and marketed.

Key Words: R&D, Tax Incentives, Development

Jel Classification: 032, H24, O10

[1] Bu çalışma, A.Bumin DOĞRUSÖZ'ün danışmanlığında 2015 yılında hazırlanan doktora tezinden yararlanılarak üretilmiştir.

1. GİRİŞ

Gelişmişlik; ülke ve bireylerin yaşam koşullarını kendi istedikleri düzeyde ve içerikte sürdürülebilmesi demektir. Bireyler, özgürlüklerini sağlayabildikleri ölçüde kendilerini rahat hissettiklerinden bu koşulların sürekli biçimde devamını talep ederler. Ülkeler ve buna bağlı yönetimler, bu isteklerin gerçekleşmesi için çeşitli politik tercihlerde ve uygulamalarda bulunurlar. Bu tercihlerin planlanması ve hayata geçirilebilmesi için de dışsallıkların da dikkate alınması gerekmektedir. Günümüz rekabet ortamında ülkelerin refah düzeylerini artırma çabası, ötekilerine oranla daha fazla çalışmayı ve gayreti de beraberinde getirmektedir. İşte bu noktada gelişen yaşam koşullarının kalkınmışlık seviyesinin anahtarını araştırma-geliştirme (Ar-Ge) faaliyetleri oluşturmaktadır. Ar-Ge faaliyetleri sadece yenilikçi fikirlerin gerçekleşmesini sağlamamakta aynı zamanda da üretilen mal ve hizmetlerin kalitesini, etkinliğini ve verimliliğini de artırmaktadır.

Ar-Ge faaliyetleri, kendisine yapılan yatırımın boşa çıkma olasılığı yüksek bir sınama-yanılma çalışmasının bütününü oluşturmaktadır. Bu nedenle özel işletmeler bu faaliyetleri tek başlarına aldıkları kararlarla yerine getirmekte isteksiz davranırlar. Zira işletmelerin temel amacı kar realizasyonu olduğundan, rekabet ortamının bu tarz bir riskli alana harcama yapma isteğini azaltır. Bu nedenle devletler, özel işletmelerin Ar-Ge faaliyetlerine harcama yapabilmeleri için çeşitli teşvik mekanizmaları ihdas etmişlerdir. Bu teşvikler ülkeler arasında da vergi rekabetini meydana getirmektedir. Bu anlamda ekonomik faaliyetlerini kendi yetki alanlarına çekmek isteyen hükümetler tarafından yönetilen vergi rekabeti, bugün meydana gelen küresel vergi değişikliğinin çoğunun kalbinde yer almaktadır (EY,2018:2). Araştırmalar göstermiştir ki, temeli sağlam teknolojik gelişmeler, yenilikçi ilerlemeleri desteklemekte ve ülkesel ve bireysel refahı artırmaktadır. Başka bir ifadeyle Ar-Ge harcamalarının gayrisafi yurtiçi harcamalar içindeki payı (Ar-Ge yoğunluğu) arttıkça gelişmişlik düzeyi de artmaktadır. Vergi rekabetinin oluşturduğu bu iklimde gelişmiş ülkelerin Ar-Ge teşviklerine özel bir önem verdiği Ar-Ge yoğunluk düzeylerinin yüksekliği ile de anlaşılmaktadır.

Ülkemizde de son dönemlerde Ar-Ge faaliyetlerinin desteklenmesi çabalarının yoğunlaştığı görülmektedir. Vergi ertelemelerinden başlanılarak artırımlı indirimlere, buradan Katma Değer Vergisi (KDV) istisnasından Damga Vergisi istisnasına, Sigorta primi teşvikinden yatırım yeri tahsisine kadar geniş bir yelpazede bir dizi teşvik düzenlemelerinin yaşama geçirildiği görülmektedir. Çalışmamızda kurumlar vergisine yönelik düzenlemeler irdelenmiştir.

2. KAVRAMSAL OLARAK AR-GE

Ar-Ge'ye yönelik birçok kişi ve kurum tarafından farklı anlatımlarla ancak içerik olarak benzer biçimlerle tanımlamalar yapıldığı görülmektedir.

Frascati Kılavuzu'na göre araştırma ve deneysel geliştirme; insan, kültür ve toplumun bilgisinden oluşan bilgi dağarcığının artırılması ve bu dağarcığın yeni uygulamalar tasarlamak üzere kullanılması için sistematik bir temelde yürütülen yaratıcı çalışmalardır (OECD, 2002:30). Ar-Ge; işletmelerde yeni ürün ve üretim süreçlerinin ortaya çıkarılmasına yönelik sistemli ve yaratıcı çalışmalardır (Çankaya, 2004:110). Ar-Ge, ürün ve süreç yeniliğine veya artan bilimsel bilgiye yönelik organize edilmiş çabalardır (Asgarov, 2008:85). 4691 Sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu'nun 3. maddesindeki tanıma göre ise araştırma ve geliştirme; kültür, insan ve toplumun bilgisinden oluşan bilgi dağarcığının artırılması ve bunun yazılım dahil yeni süreç, sistem ve uygulamalar tasarlamak üzere kullanılması için sistematik bir temelde yürütülen yaratıcı çalışmalar şeklinde tanımlanmıştır. Aynı şekilde 5746 Sayılı Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun'un 2. maddesinin 1. fıkrasının a bendinde Ar-Ge; kültür, insan ve toplumun bilgisinden oluşan bilgi dağarcığının artırılması ve bunun yeni süreç, sistem ve uygulamalar tasarlamak üzere kullanılması için sistematik bir temelde yürütülen yaratıcı çalışmaları, çevre uyumlu ürün tasarımı veya yazılım faaliyetleri ile alanında bilimsel ve teknolojik gelişme sağlayan, bilimsel ve teknolojik bir belirsizliğe odaklanan, çıktıları özgün, deneysel, bilimsel ve teknik içerik taşıyan faaliyetleridir.

Görüldüğü gibi gerek doktrinde gerekse mevzuatta Ar-Ge'nin tanımında bazı ortak noktaların olduğu görülmektedir. 2015 yılında yenilenen Frascati Kılavuzunda bu ortak noktalar Ar-Ge'nin kapsamının çerçevesinin çizilmesiyle açıklanmıştır. Buna göre Ar-Ge'nin kapsamı; Temel Araştırma, Uygulamalı Araştırma ve Deneysel Geliştirme olarak belirtilmiştir. Frascati Kılavuzu bu kapsamları ise şu şekilde tanımlamaktadır:

*"**Temel araştırma**, görünürde herhangi bir özel uygulaması veya kullanımı bulunmayan ve öncelikle olgu ve gözlemlenebilir gerçeklerin temellerine ait yeni bilgiler edinmek için yürütülen deneysel veya teorik çalışmadır **Uygulamalı Araştırma** da yeni bilgi edinme amacıyla yürütülen özgün araştırmadır. Bununla birlikte uygulamalı*

araştırma, öncelikle belirli bir pratik amaç veya hedefe yöneliktir. ***Deneysel geliştirme****, araştırma ve/veya pratik deneyimden elde edilen mevcut bilgiden yararlanarak yeni malzemeler, yeni ürünler ya da cihazlar üretmeye; yeni süreçler, sistemler ve hizmetler tesis etmeye ya da halen üretilmiş veya kurulmuş olanları önemli ölçüde geliştirmeye yönelmiş sistemli çalışmadır."* (OECD, 2002:30).

3. TÜRKİYE'DE AR-GE FAALİYETLERİ VE UYGULANAN VERGİSEL TEŞVİKLER

Ar-Ge faaliyetlerinin hızlı değişen ve rekabet gücü artan günümüz koşullarında ülkelerin başta vergi teşvikleri olmak üzere birçok farklı yöntemlerle mali desteklerle özendirilmesi yolunu tercih ettikleri görülmektedir. Ar-Ge faaliyetlerini özendirmek amacıyla başvurulan temel politikaların bizzat kamu kurumlarınca Ar-Ge faaliyetlerinin yürütülmesi, işletmelerce yapılan faaliyetlerin kamu finansmanı yoluyla desteklenmesi ve başta vergi indirimleri olmak üzere diğer mali teşviklerin sağlanması olarak sıralandığı ifade edilebilir. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü'nün (OECD'nin) dünyada Ar-Ge yoğunluklarına yönelik yaptığı çalışmalara bakıldığında Türkiye'nin durumunun pek iç açıcı olduğu söylenemez. Buna göre Tablo:1'deki Ar-Ge yoğunluğu en yüksek olan ülkeler sırasıyla, Güney Kore, İsrail, Japonya, Finlandiya, İsveç, Avusturya, Çin Taipei, Danimarka, Almanya olarak dikkat çekmektedir. Bu ülkelerin genellikle yıllar itibariyle en çok Ar-Ge yoğunluğuna sahip ülkeler oldukları, zaman zaman sıralamadaki yerlerinin değiştiği görülmektedir. Ancak sıralamadaki yerlerinde çok ciddi sapmalar meydana gelmemektedir. Verilere bakıldığında Türkiye'nin bu çalışmadaki yeri ancak 2016 yılı için 33.'lük olabilmiştir. Türkiye'nin Ar-Ge yoğunluğu 2015 yılında %0,88 oranında 2016 yılında ise %0,94 oranında gerçekleşmiştir. Yıllar itibariyle yoğunluk oranlarında artışların olduğu görülmekle birlikte diğer OECD ülkelerine oranla düşük seviyelerde kaldığı görülmektedir.

Tablo 1: Ar-Ge Yoğunluğu

Ülke	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Güney Kore	4,026	4,149	4,289	4,217	4,227
İsrail	4,161	4,152	4,200	4,269	4,251
Japonya	3,209	3,315	3,400	3,278	3,141
Finlandiya	3,419	3,287	3,169	2,896	2,746
İsveç	3,281	3,306	3,146	3,265	3,255
Avusturya	2,915	2,955	3,069	3,048	3,087
Çin Taipei	2,952	3,005	3,001	3,044	3,156
Danimarka	2,981	2,970	2,914	2,957	2,871
Almanya	2,868	2,821	2,873	2,917	2,932
Amerika Birleşik Devletleri	2,689	2,725	2,734	2,740	2,744
Belçika	2,273	2,334	2,387	2,466	2,488
Slovenya	2,573	2,580	2,367	2,197	2,002
OECD Toplam	2,313	2,338	2,361	2,357	2,337
Fransa	2,227	2,237	2,276	2,267	2,248
Singapur	1,994	1,986	2,160	0,000	0,000
Türkiye	**0,832**	**0,818**	**0,861**	**0,882**	**0,945**

Kaynak: https://data.oecd.org/rd/gross-domestic-spending-on-r-d.htm (08.09.2018)

Türkiye; Ar-Ge yoğunluğu ülkeler kıyaslamasına göre 33. sırada olsa da son yıllarda önemli atılımlar gerçekleştirmiştir. Diğer bir ifadeyle Ar-Ge harcamalarının artış hızı bakımından ülkemizin son yıllarda ciddi yollar katettiği de söylenebilir. Buna göre Ar-Ge yoğunluğu 2012 yılında %0,832 olan ülkemizin yıllar itibariyle artışta olduğu, nihayet 2016 yılında bu oranın %0,94 olduğu görülmektedir. Elbette bu artışın diğer ülkelerle kıyaslamasına göre oldukça gerilerde kaldığı da net biçimde görülebilmektedir. Buna örnek olması bakımından Dünya Ekonomik Forumu'nun (WEF) 2017 yılının Eylül ayında yayınladığı 2017-2018 Küresel Rekabet Edebilirlik Raporu'nda ülkemizin 137 ülke içerisinde 53. sırada yer aldığı ve bir önceki yıla göre ancak iki basamak ilerleyebildiği (WEF, 2017:13) söylenebilir.

Tablo 2: Küresel Rekabet Sıralaması 2017-2018

Ülke	Sıralama
İsviçre	1
Amerika Birleşik Devletleri	2
Singapur	3
Hollanda	4
Almanya	5
Hong Kong	6
İsveç	7
Birleşik Krallık	8
Japonya	9
Finlandiya	10
Türkiye	**53**

Kaynak: WEF, The Global Competitiveness Report 2017–2018.

Yukarıdaki belirlemeler çerçevesinde; uluslararası istatistiklere göre, Ar-Ge yoğunluğu yüksek olan, Ar-Ge harcamalarına bütçeden ve Gayrisafi Yurtiçi Hasıladan (GSYİH'dan) en çok pay ayıran ülkelerin uluslararası rekabet güçlerinin de daha ileride olduğu görülmektedir. Ülkeler geliştikçe rekabetçi üstünlük Ar-Ge ve teknoloji faaliyetleri bakımından değişim ve iyileşme gösterirler (Barındırır, 2018:57). Bu anlamda günümüz bilgi çağında uluslararası alanda rekabet edebilirliğin ön koşulunun teknolojik yeniliklerin takip edilmesi, ilerlemesi ve yeni bilgi üretimi oluşturmak olduğu söylenebilir. Bilgiye yatırım esas itibariyle Ar-Ge'ye yatırım demektir. Dolayısıyla devletler, Ar-Ge faaliyetlerini destekleyici tedbirleri almalı ve rasyonel ve çağın gereklerine uygun düzenlemelerle kamu ve özel sektör piyasalarını, gelişmek ve refah düzeyini artırmak hedefine yönlendirmelidir.

3.1. Türkiye'de Uygulanan Ar-Ge Vergi Teşvikleri

Ülkemizde Ar-Ge'ye yönelik uygulanan kurumlar vergisine yönelik teşvikleri genel olarak iki ana bölümde değerlendirebiliriz. Birincisi Teknoloji Geliştirme Bölgelerinde gerçekleştirilen faaliyetlere ilişkin getirilen vergisel teşvikler, ikincisi ise Ar-Ge Kanunu kapsamında getirilen Ar-Ge ve Tasarım İndirimidir.

3.1.1. Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu'nda Yer Alan Kazanç İstisnası

4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanununun geçici 2 nci maddesi ile Teknoloji Geliştirme Bölgelerinde faaliyette bulunan kurumlar vergisi mükelleflerinin bu bölgelerde yapmış oldukları faaliyetlerden elde etmiş oldukları kazançlara ilişkin istisna uygulaması getirilmiştir. 6676 sayılı Kanunun 14 üncü maddesi ile 01.03.2016 tarihinden itibaren yürürlüğe girmek üzere 4691 sayılı Kanunun geçici 2 nci maddesi aşağıdaki şekilde son halini almıştır:

"Yönetici şirketlerin bu Kanun uygulaması kapsamında elde ettikleri kazançlar ile Bölgede faaliyet gösteren gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerinin, münhasıran bu Bölgedeki yazılım, tasarım ve AR-GE faaliyetlerinden elde ettikleri kazançları 31/12/2023 tarihine kadar gelir ve kurumlar vergisinden müstesnadır.

Bölgede faaliyet gösteren gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerinin bu kazançlarının gayri maddi hakların satılması, devri veya kiralanmasından elde edilmesi halinde, istisnadan yararlanılmasını, bu hakların, mahiyetlerine göre, AR-GE faaliyetleri neticesinde elde edilmesi ve ilgili mevzuat çerçevesinde tescil veya kayıt ettirilmesi ya da bildirilmesi şartına bağlamaya, istisnadan kazancın elde edildiği vergilendirme dönemine ilişkin beyannamelerin verilmesi gereken sürenin sonuna kadar tescil veya kayıt için yetkili kuruma başvurulmuş olması kaydıyla bu kazançları doğuran işlemlerin gerçekleştirildiği vergilendirme döneminden başlayarak faydalandırmaya, mükellefin gayri maddi hak geliri ve varsa bağlı olduğu grubun satış hasılatına göre tescil şartına bağlı olmaksızın belgelendirme usulüne tabi tutmaya, istisnadan yararlanacak kazancı; bu kazancın elde edilmesine yönelik faaliyetler kapsamında gerçekleştirilen nitelikli harcamaların toplam harcamalara oranına isabet eden kısmı ile sınırlandırmaya, bu oranı toplam harcama tutarını aşmamak üzere yüzde 30'una kadar artırımlı uygulatmaya, nitelikli ve toplam harcamaları tanımlamaya Cumhurbaşkanı, bu kapsamda tescil, kayıt veya bildirim şartının yerine getirilmesine ve uygulamaya ilişkin usul ve esasları belirlemeye Maliye Bakanlığı ile Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı yetkilidir. Belirlenen esaslar çerçevesinde tescil, kayıt veya bildirim şartının

yerine getirilmemesi durumunda, zamanında tahakkuk ettirilmeyen vergi, vergi ziyaı cezası uygulanmaksızın gecikme faiziyle birlikte tahsil olunur.

Bölgede çalışan; AR-GE, tasarım ve destek personelinin bu görevleri ile ilgili ücretleri 31/12/2023 tarihine kadar her türlü vergiden müstesnadır. Gelir vergisi stopajı ve sigorta primi işveren hissesine ilişkin teşviklerden yararlanacak olan destek personeli sayısı, AR-GE ve tasarım personeli sayısının yüzde onunu aşamaz. Hak kazanılmış hafta tatili ve yıllık ücretli izin süreleri ile 17/3/1981 tarihli ve 2429 sayılı Ulusal Bayram ve Genel Tatiller Hakkında Kanunda belirtilen tatil günlerine isabet eden ücretler de bu istisna kapsamındadır. Haftalık kırk beş saatin üzerindeki ve ek çalışma sürelerine ilişkin ücretler bu istisnadan faydalanamaz. Yönetici şirket, ücreti gelir vergisi istisnasından yararlanan kişilerin Bölgede fiilen çalışıp çalışmadığını denetler. Ancak, Bölgede yer alan işletmelerde çalışan AR-GE ve tasarım personelinin bu Bölgelerde yürüttüğü projelerle doğrudan ilgili olmak şartıyla, proje kapsamındaki faaliyetlerin bir kısmının Bölge dışında yürütülmesinin zorunlu olduğu durumlarda Bölge dışındaki bu faaliyetlere ilişkin ücretlerinin yüzde yüzünü aşmamak şartıyla Cumhurbaşkanınca ayrı ayrı veya birlikte belirlenecek kısmı ile Bölgede yer alan işletmelerde en az bir yıl süreyle çalışan AR-GE ve tasarım personelinin yüksek lisans yapanlar için bir buçuk yılı, doktora yapanlar için iki yılı geçmemek üzere Bölge dışında geçirdiği sürelere ilişkin ücretlerin yüzde yüzünü aşmamak şartıyla Cumhurbaşkanınca ayrı ayrı veya birlikte belirlenecek kısmı, gelir vergisi stopajı teşviki kapsamında değerlendirilir. Bu kapsamda teşvikten yararlanılması için Bölge yönetici şirketinin onayının alınması ve Bakanlığın bilgilendirilmesi zorunludur. Yönetici şirketin onayı ile Bölge dışında geçirilen sürenin Bölgede yürütülen görevle ilgili olmadığının tespit edilmesi halinde, ziyaa uğratılan vergi ve buna ilişkin cezalardan ilgili işletme sorumludur.

Bu madde hükümleri TÜBİTAK-Marmara Araştırma Merkezi Teknoloji Serbest Bölgesi yönetici şirketi, bu bölgede faaliyet gösteren Gelir ve Kurumlar Vergisi mükellefleri ile bölgede çalışan araştırmacı, yazılımcı, tasarımcı ve AR-GE personelinin bu görevleri ile ilgili ücretleri bakımından da uygulanır."

Bu hükme göre Teknoloji Geliştirme Bölgelerinde faaliyette bulunan kurumların yazılım, tasarım ve Ar-Ge faaliyetlerinden elde ettikleri kazançlar ile yönetici şirketlerin elde ettikleri kazançlar kurumlar vergisinden istisnadır.

3.1.1.1. Kurumlar Vergisi İstisnasının Kapsamı

Yapılan düzenlemeyle teknoloji geliştirme bölgelerinde faaliyet gösteren mükelleflerin, münhasıran bu bölgedeki yazılım, tasarım ve Ar-Ge faaliyetlerinden elde ettikleri kazançlar, faaliyete başlanılan tarihten bağımsız olmak üzere, 31/12/2023 tarihine kadar kurumlar vergisinden istisna edilmiştir. Bölge dışında gerçekleştirilen faaliyetlerden elde edilen kazançlar, tasarım, yazılım ya da Ar-Ge faaliyetleri ile ilgili bile olsa istisna hükmünden yararlanamamaktadır. Faaliyetin bizatihi Bölge içinde gerçekleştirilmesi ve yazılım, tasarım ve Ar-Ge konularında bulunması zorunludur.

4691 sayılı Kanunun 3 üncü maddesinde 6676 sayılı Kanunun 8 inci maddesi ile yapılan düzenlemeler ile anılan maddede yer alan araştırma ve geliştirme (Ar-Ge), yazılım ve tasarım faaliyetleri ise aşağıdaki gibi tanımlanmıştır:

Araştırma ve Geliştirme (Ar-Ge), araştırma ve geliştirme, kültür, insan ve toplumun bilgisinden oluşan bilgi dağarcığının artırılması ve bunun yazılım dahil yeni süreç, sistem ve uygulamalar tasarlamak üzere kullanılması için sistematik bir temelde yürütülen yaratıcı çalışmalar,

Yazılım, bir bilgisayar, iletişim cihazı veya bilgi teknolojilerine dayalı bir diğer cihazın çalışmasını ve kendisine verilen verilerle ilgili gereken işlemleri yapmasını sağlayan komutlar dizisinin veya programların ve bunların kod listesini, işletim ve kullanım kılavuzlarını da içeren belgelerin, belli bir sistematik içinde, tasarlama, geliştirme şeklindeki ürün ve hizmetlerin tümü ile bu ürün ya da mal ve hizmetlerin lisanslama, kiralama ve tüm hakları ile devretme gibi teslim şekillerinin tümü,

Tasarım Faaliyeti; Sanayi alanında ve Bakanlar Kurulunun uygun göreceği diğer alanlarda katma değer ve rekabet avantajı yaratma potansiyelini haiz, ürün veya ürünlerin işlevselliğini artırma, geliştirme, iyileştirme ve farklılaştırmaya yönelik yenilikçi faaliyetlerin tümü, olarak tanımlanmıştır.

1 Seri No.lu Kurumlar Vergisi Genel Tebliği'ne göre, teknoloji geliştirme bölgelerinde yazılım ve Ar-Ge faaliyetinde bulunan şirketlerin, bu faaliyetler sonucu buldukları ürünleri kendilerinin seri üretime tabi tutarak pazarlamaları halinde, bu ürünlerin pazarlanmasından elde edilen kazançların lisans, patent gibi gayrimaddi

haklara isabet eden kısmı, transfer fiyatlandırması esaslarına göre ayrıştırılmak suretiyle istisnadan yararlanabilecektir. Ancak, lisans, patent gibi gayrimaddi haklara bağlanmamış olmakla birlikte uyarlama, yerleştirme, geliştirme, revizyon, ek yazılım gibi faaliyetlerden elde edilen kazançlar da istisna kapsamında değerlendirilmektedir. Yine aynı tebliğe göre, bölgelerde tasarım faaliyetleri sonucu buldukları ürünleri kendileri seri üretime tabi tutarak pazarlayan mükellefler, bu ürünlerin pazarlanmasından elde edilen kazançlarının tasarıma isabet eden kısmını, transfer fiyatlandırması esaslarına göre ayrıştırmak suretiyle istisnadan yararlanabilecektir. Üretim ve pazarlama organizasyonu nedeniyle doğan kazancın gayrimaddi hakka yönelik olmayan diğer kısmı ise istisnadan yararlanamayacaktır.

3.1.1.2. İstisna Uygulamasında Patent Ya Da Eşdeğer Belge Temini

Bölgede faaliyette bulunan şirketlerin Ar-Ge, tasarım ya da yazılım faaliyetleri sonucu edindikleri kazançların istisna kazanç niteliğinde değerlendirilebilmesi için aynı zamanda gayrimaddi hakların içeriğine ilişkin yasa maddesinde de belirtildiği üzere bir takım usullere uyulmuş olmaları gerekmektedir. 4691 sayılı Kanunun geçici 2 nci maddesine 7033 sayılı Kanunun 64 üncü maddesiyle eklenen ikinci fıkra çerçevesinde Bakanlar Kuruluna verilen yetki, 19/10/2017 tarih ve 30215 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 11/9/2017 tarihli ve 2017/10821 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile kullanılmıştır. (Artık bu yetki Cumhurbaşkanınca kullanılabilecektir.) Bakanlar Kurulu Kararının 3 üncü maddesi gereğince, anılan Kararın Resmi Gazete'de yayımlandığı 19/10/2017 tarihinden sonra bölgede başlatılacak projelerden elde edilen kazançlar ile bu tarihten önce başlatılmış projelerden 30/6/2021 tarihinden sonra elde edilen kazançlara ilişkin istisna uygulamasında anılan BKK hükümleri geçerli olacaktır. Bu çerçevede bölgede faaliyet gösteren ve istisna hükmü kapsamına giren kazanç elde eden gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerinin bu kazançlarının gayrimaddi hakların satışı, devri veya kiralanmasından elde edilmesi halinde söz konusu gayrimaddi haklardan kaynaklanan kazançlar dolayısıyla istisnadan yararlanılabilmesi için bu hakların niteliğine göre ilgili mevzuat çerçevesinde tescile veya kayda yetkili kuruma başvurularak patent veya fonksiyonel olarak patente eşdeğer belgelere bağlanması gerekmektedir.

1 Seri No.lu Kurumlar Vergisi Genel Tebliği'ne göre son 5 hesap döneminin ortalaması dikkate alınmak suretiyle, gayrimaddi haklardan elde edilen yıllık brüt gelirleri 2018 yılı için 34 milyon Türk lirasını ve dahil olduğu şirketler grubunun (herhangi bir gruba dahil değilse kendisinin) yıllık net satış hasılatı toplamı 226 milyon Türk lirasını aşmayan mükelleflerin, Ar-Ge faaliyetlerine yönelik patentlenebilirlik kriterlerini (yenilik, buluş basamağı, sanayiye uygulanabilirlik gibi) taşıyan gayrimaddi haklardan ve ilgili mevzuat kapsamında aranan şartları haiz tasarım faaliyetlerinden doğan gayrimaddi haklardan elde ettikleri kazançları, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığından (artık Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı) alınan proje bitirme belgesine dayanılarak istisnadan yararlandırılır. Bu durumda patent veya fonksiyonel olarak patente eşdeğer bir başka belge aranmaz. Belirtilen tutarları aşan şirketler için ise patent veya fonksiyonel patente eşdeğer bir belge temin edilmesi gerekmektedir.

3.1.2. Ar-Ge Kanunu Kapsamında Ar-Ge ve Tasarım İndirimi

Ar-Ge indirimi önceleri hem Kurumlar Vergisi Kanunu'nun (KVK'nun) 10 uncu maddesinin (1/a) bendinde hem de 5746 sayılı Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun'un (Ar-Ge Kanunu) 3 üncü maddesinde düzenlenmişti. Ancak 6728 sayılı Kanunun 58 inci ve 60 ıncı maddesiyle 09.08.2016 tarihinden itibaren yürürlüğe girmek üzere KVK'da yer alan Ar-Ge indirimi müessesesi yürürlükten kaldırılmış ve 5746 sayılı Kanuna "Diğer teşvik unsurları" başlıklı 3/A maddesi eklenmiştir (Yıldız ve Vural, 2018:161).

Yapılan bir harcamanın Ar-Ge indirimine konu edilebilmesi için Ar-Ge faaliyeti kapsamında yapılmış olması gerekmektedir. 1 seri numaralı Kurumlar Vergisi Genel Tebliği'nde aşağıda belirtilen amaçlara yönelik faaliyetler Ar-Ge faaliyeti olarak sayılmıştır.

• Bilimsel ve teknolojik alanlardaki belirsizlikleri gidermek ve bunları aydınlatmak amacıyla, bilim ve teknolojinin gelişmesini sağlayacak yeni teknik bilgilerin elde edilmesi,

• Yeni yöntemlerle yeni ürünler, madde ve malzemeler, araçlar, gereçler, işlemler, sistemler geliştirilmesi, tasarım ve çizim çalışmaları ile yeni teknikler ve prototipler üretilmesi,

• Yeni ve özgün tasarıma dayanan yazılım faaliyetleri,

• Yeni üretim yöntem, süreç ve işlemlerinin araştırılması veya geliştirilmesi,

• Bir ürünün maliyetini düşürücü, kalite, standart veya performansını yükseltici yeni tekniklerin /teknolojilerin araştırılması.

Ayrıca yine Tebliğde aşağıda sayılan faaliyetler ise Ar-Ge faaliyetleri kapsamında değerlendirilmeyecektir:

• Pazar araştırması ya da satış promosyonu,

• Kalite kontrol,

• Sosyal bilimlerdeki araştırmalar,

• Petrol, doğalgaz, maden rezervleri arama ve sondaj faaliyetleri,

• İcat edilmiş ya da mevcut geliştirilmiş süreçlerin kullanımı,

• Biçimsel değişiklikler (Yukarıda Ar-Ge faaliyetleri olarak sayılan amaçlara yönelik olmayan şekil, renk, dekorasyon vb., estetik ve görsel değişiklikler),

• Bilimsel ve teknolojik yenilik doğurmayan rutin faaliyetler (rutin veri toplama, rutin analizler için kullanılan program, yazılım gibi üretilen prototiplerin rutin ayarlamaları),

• İlk kuruluş aşamasında kuruluş ve örgütlenmeyle ilgili araştırma giderleri,

• Proje sonucunda geliştirilen ürüne ilişkin fikri mülkiyet haklarının korunmasına yönelik çalışmalar,

• Numune verilmek amacıyla prototiplerden kopyalar çıkarılıp dağıtılması ve reklam amaçlı tüketici testleri.

Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri ile tasarım faaliyetleri kapsamında yapılan ve Ar-Ge ve tasarım indirimine konu edilebilecek harcamalar şunlardır:

- İlk madde malzeme giderleri
- Amortismanlar
- Personel Giderleri
- Ar-Ge veya tasarım merkezlerinde kullanılan genel giderler
- Dışarıdan sağlanan fayda ve hizmetler
- Vergi, resim ve harçlar

Ar-Ge Kanunu'na göre teknoloji merkezi işletmelerinde, Ar-Ge merkezlerinde, kamu kurum ve kuruluşları ile kanunla kurulan veya teknoloji geliştirme projesi anlaşmaları kapsamında uluslararası kurumlardan ya da kamu kurum ve kuruluşlarından Ar-Ge projelerini desteklemek amacıyla fon veya kredi kullanan vakıflar tarafından veya uluslararası fonlarca desteklenen Ar-Ge ve yenilik projelerinde, rekabet öncesi işbirliği projelerinde ve teknogirişim sermaye desteklerinden yararlananlarca gerçekleştirilen Ar-Ge ve yenilik harcamalarının tamamı ile 5746 sayılı Kanun kapsamında yukarıda sayılan kurum ve kuruluşlar tarafından desteklenen tasarım projelerinde ve tasarım merkezlerinde gerçekleştirilen münhasıran tasarım harcamalarının tamamı Kurumlar Vergisi Kanununun 10 uncu maddesine göre kurum kazancının ve Gelir Vergisi Kanununun 89 uncu maddesi uyarınca ticari kazancın tespitinde indirim konusu yapılabilmektedir Ayrıca Bakanlar Kurulu'nca belirlenecek konularda ve koşullarda gerçekleştirilen Ar-Ge ve tasarım merkezlerinde yapılan harcamalar artırımlı olarak indirim konusu yapılabilecektir. Bakanlar Kurulu'na verilmiş bu yetki artık Cumhurbaşkanınca kullanılabilecektir. Daha önce Bakanlar Kurulu'na verilen artırımlı Ar-Ge indirimi uygulamasına ilişkin yetki 10.08.2016 tarih ve 29797 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 2016/9092 sayılı Ar-Ge, Yenilik ve Tasarım Harcamalarının Kazancın Tespitinde İndirim Konusu Yapılması Hakkında Kararda kullanılmıştır. Buna göre aşağıda belirtilen göstergelerden herhangi birinde bir önceki yıla göre en az yüzde yirmi artış sağlayan Ar-Ge veya tasarım merkezlerinde, o yıl yapılan Ar-Ge ve yenilik veya tasarım harcamalarının bir önceki yıla göre artış tutarının yüzde ellisi, 31.12.2023 tarihine kadar, KVK'nın 10 uncu maddesine göre kurum kazancının ve GVK'nın 89 uncu maddesi uyarınca ticari kazancın tespitinde indirim konusu yapılacaktır:

• Ar-Ge veya tasarım harcamasının toplam ciro içindeki payı.

• Tescil edilen ulusal veya uluslararası patent sayısı.

• Uluslararası destekli proje sayısı.

• Lisansüstü dereceli araştırmacı sayısının toplam Ar-Ge personeli sayısına oranı.

• Toplam araştırmacı sayısının toplam Ar-Ge personeli sayısına oranı.

• Ar-Ge sonucu ortaya çıkan yeni ürünlerden elde edilen cironun toplam ciroya oranı.

Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesine İlişkin Uygulama ve Denetim Yönetmeliğine göre ise; Ar-Ge merkezlerinde yapılan bir harcamanın Ar-Ge ve tasarım indirimine konu edilebilmesi için bu

harcamanın Ar-Ge, yenilik veya tasarım faaliyeti kapsamında; tasarım merkezlerinde yapılan bir harcamanın indirime konu edilebilmesi için bu harcamanın münhasıran tasarım faaliyeti kapsamında yapılmış olması gerekmektedir.

Yine, kazancın yetersiz olması nedeniyle ilgili hesap döneminde indirim konusu yapılamayan tutar, sonraki hesap dönemlerine devredilir. Devredilen tutarlar, takip eden yıllarda Vergi Usul Kanununa göre her yıl belirlenen yeniden değerleme oranında artırılarak dikkate alınmaktadır. Ar-Ge, yenilik veya tasarım faaliyeti kapsamındaki harcamalar ayrıca, Vergi Usul Kanununa göre aktifleştirilmek suretiyle amortisman yoluyla itfa edilmekte ve giderleştirilmektedir.

4. SONUÇ

Her geçen gün artan rekabet karşısında işletmelerin konumlarını koruması, üstünlüklerinin tesisi için katma değeri yüksek ürünlere ve hizmetlere yöneldiği görülmektedir. Bu süreçte devletler de katma değeri yüksek, dolayısıyla istihdama ve refaha katkı sağlayacak alanlara yatırım yapılmasını teşvik etmektedir. Ar-Ge faaliyetlerinin desteklenmesi bu teşvik mekanizmaların başında gelmektedir. Ar-Ge faaliyetlerinin belirsizliği devletlerin bu alana el atmasını zorunlu kılmıştır.

Kıyaslamalı olarak ülkesel refahları yüksek olan ülkelerde Ar-Ge faaliyetlerine yapılan harcamaların da yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum küresel rekabet ölçeğinde de kendini göstermektedir. Dünya genelinde şirketler, pazar payı yaratmak ve karlılıklarını arttırmak için inovasyona ve fikri ürünlerine öncelik vermekte ve bu amaçla hem Ar-Ge faaliyetlerine hem de fikri ürünlerinin yönetimine ciddi miktarda yatırım yapmaktadırlar.

Bilim ve teknolojide ilerleyen, yenilikleri ilk olarak elde edip pazara sunan firma ve ülkelerin, diğer firma ve ülkelere göre uluslararası rekabette daha üstün hale geldiği bilinmektedir. Rekabet gücünü arttırmak isteyen firmaların ve ülkelerin yüksek Ar-Ge yoğunluğuna, yüksek yenilikçilik becerisine ve yüksek katma değer üretimine dayanan rekabet üstünlüğü anlayışına geçmeleri gerekmektedir.

Ülkemizde de Ar-Ge faaliyetlerinin desteklenmesi konusuna son zamanlarda ayrı bir önem verildiğine şahit olunmaktadır. Özellikle vergisel teşviklerin plana bağlandığı, dağınık mevzuatın toplulaştırıldığı anlaşılmaktadır. Bu çerçevede 4691 Sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu uygulaması ve 5746 Sayılı Araştırma Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun çerçevesinde hukuki düzenlemeler ve teşvikler düzenlenmiştir. 4691 Sayılı Kanuna göre bölgede faaliyet gösteren gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerinin, münhasıran bu Bölgedeki yazılım, tasarım ve Ar-Ge faaliyetlerinden elde ettikleri kazançları 31.12.2023 tarihine kadar gelir ve kurumlar vergisinden müstesna tutulmaktadır. Ar-Ge Kanunu ile de Kanunda belirtilen koşullara uygun Ar-Ge ve tasarım faaliyetinde bulunan mükelleflerin bu faaliyetlerine ilişkin harcamalarının indirimi uygulaması bulunmaktadır. Bu teşvik düzenlemelerinin içeriğinde kolaylaştırıcı bir anlayıştan çok, önce teşvike konu harcamaların yapılması, sonra da belirlenen koşullara uygun olması halinde bu teşviklerden yararlandırılması anlayışı hakimdir. Bu nedenle öncelikle teşvik müessesesinin ruhuna uygun düzenlemeler yapmak ve mevzuatla çok sıkı kontrollerin yapılmasını, teşvikin verilmesinden sonraki aşamaya bırakmak gerekmektedir. Şirketlerin motivasyonunu artırmanın yolu da bu olmalıdır Diğer yandan insanın yaratıcı gücünü ortaya çıkarmasının temelinde mali teşviklerin öncesinde esas yapılması gereken, bilgi toplumunu oluşturacak, nesnel ve objektif düşünceye sahip, araştırıcı ve analiz yeteneğini artırıcı eğitim sisteminin getirilerek bilgi çağına uygun bireyler yetiştirilmesinin sağlanması ve özgür düşünceye sahip girişimci nesilleri yetiştirecek altyapının kurulması olmalıdır.

KAYNAKÇA

1 seri numaralı Kurumlar Vergisi Genel Tebliği.

11/09/2017 tarihli ve 2017/10821 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı.

2016/9092 sayılı Ar-Ge, Yenilik ve Tasarım Harcamalarının Kazancın Tespitinde İndirim Konusu Yapılması Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı.

4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu.

5746 sayılı Araştırma Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun.

Ahmet Barındırır, "Ar-Ge Merkezleri, Vergisel Teşvikler, Örnek Proje Uygulaması", Vergi Dünyası Dergisi, Yıl.37, Sayı.441,Mayıs 2018, ss.56-63.

Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesine İlişkin Uygulama ve Denetim Yönetmeliği.

EY, Worldwide R&D Incentives Reference Guide, 2018.

https://data.oecd.org/rd/gross-domestic-spending-on-r-d.htm (08.09.2018).

Mehmet Ali Çolakoğlu, "Ar-Ge Faaliyetlerinin AB ve Türkiye'deki Durumu ve İlgili Teşvik Politikalarının Değerlendirilmesi", Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Teşvik ve Uygulama Genel Müdürlüğü Ankara, 2000.

Mehmet Çankaya, "Ar-Ge Harcamalarına Yönelik 5228 Sayılı Yasa'yla Getirilen Teşvikler", Yaklaşım, Yıl.12, Sayı.142 (Ekim 2004), ss.109-112.

Fuad Asgarov, "T.C. Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın Devlet Destekleri ve İhracat Üzerindeki Etkileri", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, 2008.

Murat Yıldız ve İrfan Vural, Kurumlar Vergisi Rehberi, Vergi Sorunları Dergisi Özel Eki, Nisan 2018.

OECD, Frascati Kılavuzu: Araştırma ve Deneysel Geliştirme Taramaları İçin Önerilen Standart Uygulama, Ankara: TUBİTAK Yayınları, 2002.

WEF, The Global Competitiveness Report 2017–2018, 2017.

Peyzaj Tasarımının Konut Yerleşmelerinde Sunulan Yaşam Tarzının Oluşumundaki Rolü

Dr. Öğr. Üyesi Sema Mumcu[1] Dr. Öğr. Üyesi Tuğba Düzenli[2] Dr. Emine Tarakci Eren[3]

[1]Karadeniz Teknik Üniversitesi, Orman Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, semamumcu@gmail.com

[2]Karadeniz Teknik Üniversitesi, Orman Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, tduzenli@ktu.edu.tr

[3]eminem_tarakci@hotmail.com

Özet: Günümüzde yaşam tarzları ve onların dışavurumları olan eylemlerin içinde gerçekleştiği mekânlar sürekli bir değişimin ve dönüşümün içindedir. Farklı yaşam tarzlarının sahiplenildiği ve kimlik haline getirildiği kapalı konut yerleşmelerinin artan popülaritesi kent mekânlarının kalabalık, trafik, kirlilik ve başka pek çok sorununa karşın bir çözüm arayışının yansıması olarak görülmüştür. Peyzaj tasarımı kapalı yerleşmelerin vaat ettiği yeni yaşam tarzının en önemli bileşeni olarak işlev görmektedir. Yurt dışı kaynaklı çalışmalar peyzaj tasarımının, bir konutun alımı ya da kiralanmasında kullanıcıların kararını etkileyebildiğini ve mülkün değerini arttırdığını ortaya koymuştur. Böylece toplu konutlar ve peyzaj tasarımları arasındaki ilişkinin kullanıcı bağlamında giderek güçlenmekte olduğu görülür. Ancak yaşam tarzı kavramının peyzaj mimarlığı alanında ele alındığı çalışmalar yok denecek kadar azdır. Özellikle kapalı yerleşmelerin giderek yaygınlaşmakta oluşu, bunların oluşumunda yaşam tarzı kavramının ana etken oluşu, yaşam tarzının ise özellikle yerleşmelerin açık mekânlarının içerdiği fiziksel ve sosyal bileşenler üzerinden tanımlanmakta ve pazarlanmakta oluşu bir arada değerlendirildiğinde; peyzaj mimarlığı profesyonellerinin ve peyzaj tasarımının konut pazarındaki önemi ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmada kapalı yerleşmeler, peyzaj tasarımı ve yaşam tarzı ilişkisi üzerinde durulmuş, konu mimarlık, sosyal coğrafya alanındaki diğer çalışmalardan farklı olarak peyzaj mimarlığı bağlamında ele alınmıştır. Konut yerleşmelerindeki yaşam tarzı kavramının peyzaj tasarımıyla ilişkisi ortaya koyulmuş, bu konudaki akademik çalışmalarda peyzaj mimarlığına değinilmeden belirtilen fiziksel ve sosyal peyzaj bileşenleri peyzaj tasarımı bağlamında tanımlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Peyzaj Tasarımı, Peyzaj Mimarlığı, Yaşam Tarzı, Toplu Konut, Kapalı Yerleşmeler

The role of landscape design in formation of life-styles represented through Housing Estates

Abstract: Current life-styles, and spaces in which the activities that are expressions of these life-styles takes place are in constant change and transition. The increasing popularity of gated communities in which different life-styles are adopted, and performed as identity by individuals, is seen as the reflection of a solution seeking against urban problems such as overpopulation, traffic, pollution. Landscape design functions as an important component of life-styles promised by gates communities. Foreign studies determined that landscape design can influence decisions when buying or renting a house and can increase property values. Thus strengthening relationship between housing estates and landscape design in terms of residents becomes apparent. However studies deal with life-style term in field of landscape architecture are scarcely. As the gated communities becomes widespread each day, and since life-style term is the main factor in formation of these and the promised life-styles are being defined especially depending on physical and social components of open spaces, the importance of landscape architecture professionals and landscape design in housing market unfolds.

In this study relationship between gated communities, landscape design and life-style terms is examined, the subject is considered in terms of landscape architecture unlike other studies in fields of architecture and human geography. The relationship of life-styles in housing estates with landscape was revealed, the physical and social landscape components stated without mentioning landscape architecture in researches, were defined in terms of landscape design.

Keywords: Landscape Design, Landscape Architecture, Life-Style, Housing Estate, Gated Communities

1. GİRİŞ

Günümüzde giderek artan toplumsal hareketlilik, hızla ve sürekli olarak gelişen teknoloji ve iletişim imkânları ve bunlar sayesinde birbirlerine yaklaşan toplumlar ve kültürler; aynı zamanda değişen ekolojik, ekonomik, sosyal ve siyasal dengeler, dünya görüşleri sonucunda insanlar sürekli yeni gelişmelere, durumlara, kavramlara, nesnelere adapte olmaya çalışmaktadır. Bunların etkisi doğrultusunda eski çağlardan beri süre gelen geleneksel yaşam tarzı ve yaşamımızın içinde gerçekleştiği mekânlar, yaptığımız işler, dünyaya bakış açımız da sürekli bir değişimin ve dönüşümün içindedir (İnce, 2012). Kısaca bir yaşam modeli olarak ve modern dünyanın günlük yaşamının bir parçası olarak kabul edilen ‘yaşam tarzı’ kavramı, bireylerin cinsiyet, yaş ve eğitim gibi

özelliklerine bakılmaksızın, onları birbirlerinden farklı kılan, bireyselliği ve seçkinliği temsil eden davranış biçimleri olarak tanımlanır (Gençyürek Erdoğan, 2014: 20). 21. yüzyıl dönüşümün; toplumların kültürleri, yaşam tarzları, ekonomileri ve beraberinde mimarilerin dönüşümlerinin incelendiği bir dönemdir. Gelişim ve dönüşüm, kentlerde çok yönlü olarak günlük hayatta karşımıza çıkmaktadır (Güzelci, 2018: 46). Lyons vd. (2017:1) dijital teknolojilerin çalışma ve boş zaman etkinliklerine katılımı, hem mekânsal hem de zamansal olarak etkilemesi gerçeğinden yola çıkarak insanların yaşamlarını nasıl geçirdiğinin değişmekte olduğunu, bunların kentsel süreçleri ve sürdürülebilirliği de etkilediğini belirtmişlerdir. Yazarlara göre sürdürülebilirliğin desteklenmesi için değişen yaşam tarzlarının anlaşılması önemlidir fakat aynı zamanda yaşam tarzlarının değişmesine ilişkin daha fazla araştırmaya da ihtiyaç vardır (Lyons vd., 2017: 11).

Tüm yaşanan bu değişimlerin insan hayatının içinde gerçekleştiği, onu saran ve ondan etkilenen peyzajdan bağımsız olması beklenemez. Post-modern peyzajlar da bu dönüşüm-değişim sürecinden etkilenmektedir (Bruns vd., 2000: 149). Bruns vd., (2000: 149) küreselleşme ve diğer etkilerle dinamik peyzaj değişimlerinin gelecek yıllar içinde de süreceğini ve geniş ölçekte peyzaj değişimleri için büyük bir potansiyel olduğunu belirtir. Bu nedenle peyzaj mimarları, yeni yaşam tarzlarını destekleyecek yeni peyzajların tasarımları için fikirler üretmeli ve denemelidirler. Bu da peyzaj mimarlarının değişimin kökeninde yatan yaşam tarzı kavramını ve onu biçimlendiren faktörleri anlaması gerekliliğini ortaya koyar. Ancak günümüzde giderek yaygınlaşmakta olan 'yaşam tarzı' araştırmaları çoğunlukla ekolojik, ekonomik, mimari, beşeri coğrafya gibi alanlarda ele alınmaktadır. Peyzaj tasarımı ile bu kavram arasında bağ kurmaya yönelik araştırmaların sayısı ise artırılmalıdır.

Bu çalışmada yaşam tarzı kavramı; kapalı yerleşmeler, peyzaj tasarımı ve yaşam tarzı ilişkisi üzerinde durulacak, konu mimarlık, beşeri coğrafya, sosyoloji alanındaki diğer çalışmalardan farklı olarak peyzaj mimarlığı bağlamında ele alınacaktır. Konut yerleşmelerindeki öneminden çeşitli açılardan sıklıkla bahsedilen ancak peyzaj mimarlığının dahil edilmediği açık mekânlar, yaşam tarzı ve peyzaj tasarımı ilişkisi bağlamında tartışılacak, bu konudaki akademik çalışmalarda peyzaj mimarlığına değinilmeden belirtilen fiziksel ve sosyal peyzaj bileşenleri peyzaj tasarımı bağlamında tanımlanacaktır.

2. YAŞAM TARZI KAVRAMI

Yaşam tarzları kültürel yapılara bağlı olmakla birlikte, her biri bir guruba ait eşyaları, yerleri ve zamanları kullanış şeklidir (Chaney, 1999:15). Bireylerin sınıfsal kültürün sosyal pratiklerine uyum sağlama süreci olarak da görülen (Bilgin Ülken, 2015:55) yaşam tarzı kavramının, insanların neler yaptıklarını ve bunu yapmanın kendileri ve başkaları için ne anlama geldiğini anlatmaya yardımcı olduğu belirtilmiştir (Gençyürek Erdoğan, 2014:20). Yeme içme alışkanlıkları, giyim şekilleri, mesleki konum, eğitim düzeyi, aile yaşamı, konut tipleri ile zevkleri, boş zamanlarını değerlendirme şekilleri, tatil tercihleri ve daha eklenebilecek sosyal hayata ilişkin pek çok unsur, sınıfsal kültürlere ait özellikleri oluşturur ve bunlar arasındaki farklılıklar yaşam tarzlarının da farklılaşmasına zemin hazırlar (Gençyürek Erdoğan, 2014:22). Tüketim kültürü özellikle medya aracılığıyla yaşam tarzlarında ortaklaşan ve yine yaşam tarzları nedeniyle 'öteki'nden ayrılan hayatlar yaratırken; yansıtılan bu tarz hayatları yaşayan insanlardan, kentli olması, ince zevklere sahip olması, kültür sanat etkinliklerine katılması ve tüm bunları gerçekleştirirken de tüketmesinin beklendiği vurgulanır (Bilgin Ülken, 2015:55). Bu açıklama yaşam tarzı kavramının tüketim kültürü, medya, teknoloji gibi oluşumunu yönlendirici kavramlarla ilişkisine dikkat çekmektedir. Özellikle konutlarla sunulan yaşam tarzı anlayışında tüketim kavramı, teknoloji ve kitle kültürü ile oluşturulan yapay kültürün ürünü olan moda ve trendlerin etkin olduğu belirtilir (Güzelci, 2018:45). Yaşam tarzı kavramının oluşumu, biçimlenmesi ve yönlendirilmesinde etkin olan bu faktörleri birbirinden bağımsız ele almak mümkün değildir. Gelişen teknolojin sunduğu yeni imkânlar ve değişimlerin medya aracılığıyla özendirilmesi ve tüketime sevk edilmesi ve yine iletişim aracılığıyla gelişmelerden, yeni yaşam tarzı bileşenlerinden kolaylıkla haberdar olunabilmesi birbirlerine bağlı işleyen, iç etkileşimli bir süreci ortaya koyar.

Tüm bu süreçler sonucunda günümüzdeki yaşam tarzı anlayışı nasıl bir noktaya gelmiştir? Kwon ve Kim (2017:7) bu soruya modern toplumsal ekonominin insan yaratıcılığı ile ivmelendiği, kapitalist sosyal yapının yaratıcı ekonomiye dönüştüğü cevabını verir. 1990'lardan bu yana yaratıcı sınıfın ekonominin ana damarını oluşturduğunu, bunun da günlük yaşamı oluşturan karakteristiklerde, çağdaş değerlerde ve yaşam tarzlarında değişime yol açtığını vurgular. Günümüzde sanatçılar, müzisyenler, bilim insanları tarafından sergilenen esnek yaşam tarzları giderek yaygınlaşmaktadır. Tüm bunların sonucunda paranın tekelci değerinin artık egemen olmadığı, böylelikle yeni odağın mutluluk ve öz kimlik olduğu, yaşamın gerçek anlamının bulunmasının hedeflendiği ve standartlardan kurtularak özgürce yaşamanın istendiği belirtilir (Kwon ve Kim, 2017:7). Bruns vd. (2000:145) ise kişisel konfora ilişkin taleplerin giderek artmakta olduğunu, farklı boş zaman ve dış mekân etkinliklerine imkân sağlayan 'yaşam tarzı peyzajlarının' oluşmaya başladığı belirtir (Lyons vd., 2017:2). Bu

dinamiklerin yaşam tarzlarının en önemli uygulama alanı olan konut ve yakın çevresi üzerinde etkilerinin olması kaçınılmazdır. İnsanların artık konut değil bir yaşam tarzı satın aldığı söylemi giderek yaygınlaşmaktadır.

2.1. Konut ve Yaşam Tarzı İlişkisi

Günümüzde konutlar tüketicilerin yaşam tarzının önemli göstergelerinden biri olarak kabul edilmekte (Saral Güneş ve Kükrer Aydın, 2016:225) ve kentlilere yeni yaşam tarzları olarak sunulmaktadırlar. Konutun bulunduğu semt, tipi, yapıldığı malzeme, dekorasyonu, açık mekânındaki bileşenler (havuz, yeşil alan, spor alanı vb.) gibi özellikler orada yaşayan insanlar ve yaşam tarzları hakkında bilgi vermektedir (Alyakut, 2017: 252). Bu bağlamda konut, barınma işlevinin yanı sıra sosyal bir rol de üstlenerek, toplumsal yaşamda bir kimlik ve statü aracı olarak kabul görmektedir. (Akyol Altun, 2008:74).

Konutun kavramsal ve karakteristik olarak 19. yüzyıldan itibaren geçirdiği değişim ve ilişkili olduğu yaşam tarzları şöyle tanımlanabilir (Kwon ve Kim, 2017:5); 19. yüzyılda konut güzellik ve manevi mutluluğun kaynağı olarak kabul ediliyordu. 20. yüzyılın başlarından itibaren konutun anlamı manevi mutluluğun kaynağı olmaktan maddi mutluluğun kaynağı olmaya dönüşmüştür. Böylelikle endüstriyel kapitalizmin egemen olduğu sosyal yapı altında hijyen ve verimlilik, modern konutun özüne nüfus etmiştir. 20. yüzyılın ortalarında kapitalist toplumlar kapitalist tüketim çağına geçmişlerdir. Tüketim teşvik edilmiştir, tüketici kapitalizmin sosyal yapısı içinde konutun anlamı kişinin sosyal statüsünü simgeleyen bir araç olmuştur (Kwon ve Kim, 2017:5). 21. yüzyılın başında yaratıcı sınıfın oluşması ve insan yaratıcılığının ekonomik döngünün itici gücü olması konutun anlamının yeniden değişmesine neden olmuştur. Bu yaratıcı sınıf yaşamın gerçek değerlerine ve mutluluğa odaklanmaktadır. Bu nedenle iletişim ve etkileşimin önemli olduğu bu yaşam tarzı desteklenmelidir. Tüm bunlara bağlı olarak yaratıcı yaşam tarzını destekleyerek kendini gerçekleştirme için bir temel olarak işlev görebilecek yeni ve çeşitli kentsel konut türleri denenmelidir (Kwon ve Kim, 2017:16).

Yaşayan bir organizma olarak ele alınabilecek konut ve kent anlayışının sosyal yapının değişimine paralel olarak zaman zaman nasıl bir değişime uğradığı böylelikle ortaya koyulmuştur. Bu değişimlerden Türkiye de etkilenmiştir (Yılmaz, 2016: 34). Batı'daki toplumsal gelişimlere bağlı olarak gelenekselden modern biçimlenişe yöneliş Türk toplumuna da yansımış, mahremiyetin ön planda olduğu konut yaşamı bu yönelişe ayak uydurarak, apartman formu konut biçimine geçiş başlamıştır. 2000'li yıllara yaklaşırken kent çeperlerinde üretilen, yüksek katlı konut yerleşmeleri ortaya çıkmıştır (Uysal ve Baran Atalay, 2017:2110). Kentlerin kalabalıklaşması, merkezdeki konut alanlarının ticaret alanlarına dönüşmesi, trafik yoğunluğu, gürültü ve hava kirliliği gibi etkenler kent dışında şehrin karmaşasından uzak, kapsamlı, alternatif yaşam paketlerinin üretilmesini tetiklemiştir. Bu dönemde 'suç korkusunun artması, daha iyi bir yaşam tarzı isteği, topluluk bilinci ve sosyal homojenlik arayışı, yüksek sosyal statü ve belirli sosyal gruplar içinde ayrışma talebi' gibi yeni küresel dengelere yönelik bir 'yaşam alanı' sunan kapalı yerleşme pratiği yaygınlaşmaya başlamıştır (Uysal ve Baran Atalay, 2017: 2108; Erdinç ve Gür, 2017:70). Bu doğrultuda, 'duvarlı ya da çitle çevrili, kamusal erişimin sınırlı olduğu, ikamet edenleri ortak davranış kodları ve kolektif yönetim sorumluluğu konusunda bağlayan yasal anlaşmalar ile karakterize olan konut yerleşmeleri' olarak 'kapalı yerleşmeler' kentsel alanda sıklıkla uygulanmaya başlanmıştır (Erdinç ve Gür, 2017:75).

Orta ve üst gelir grubundan ailelere yönelik, çevresinden bağımsız ve üst düzey güvenlik önlemleri ile kuşatılmış, boş zaman olanakları sunan ve bir konsept etrafında biçimlenmiş, sosyal donatıların sadece yerleşim içinde yaşayanlar tarafından kullanılabildiği ve kamusal alanın özelleştirildiği, kendi içinde sosyal anlamda homojen bir yapısı olan kapalı yerleşmeler; dilimizde korunaklı yerleşmeler ya da güvenlikli siteler olarak da adlandırılmıştır. Kapalı yerleşmelerde mekân, kullanıcının yaşam tarzının belirleyen önemli bir faktör olarak ön plana çıkmaktadır. (Özkan Töre ve Kozaman Som, 2009: 122). Blakely ve Snyder (1997), kapalı siteleri üç gruba ayırmışlardır: Yaşam tarzı vadedenler, prestij sunanlar ve güvenlik sağlayanlar. Yaşam tarzı yerleşmeleri ortak etkinlikler ve ilgilere önem verenleri, prestij sunanlar statü ve mahremiyeti önde tutanları, güvenlik sağlayanlar ise kentteki mahallelerden korku duyanları çekmeyi hedefler (Grant ve Mittelsteadt, 2004:917). Ülkemizde görülen kapalı siteler, bu üç sınıflandırmayı da, neredeyse aynı anda bünyesinde barındırabilmekte, 'güvenli ve izole' bir 'yaşam tarzı' vaat ederek 'prestij' de sunan bir yapılanmayı hedeflemektedirler (Çıkış ve İpek, 2009). Kapalı siteler, detaylı olarak planlanmış yaşam tarzlarından oluştuğundan tüketici kendi tarzını yaratırken kullanacağı imaj, konutların ifade ettiği yaşam tarzı olacaktır. Bu yüzden günümüzde konut değil, aslında yaşam tarzı satılmaktadır (Şanlıgençler, 2016).

Genellikle Türk kültürü ile bağdaşmadığı şeklinde ve konutun geçmişten bugüne yüklendiği anlamları dışlamakla eleştirilen bu yeni yaşam tarzları, özellikleri ve bunların konut mekânlarına yansıması bağlamında sıklıkla

araştırmalarda ele alınmıştır. Bu araştırmalar konutun yaşam tarzının pazarlandığı bir tüketim unsuru haline gelmesinden yola çıkarak genellikle çeşitli medya araçlarıyla sunulan reklamların içeriğine odaklanır, yaşam tarzlarının neler vaat ettiğini irdeler. Bu konudaki detaylı araştırmalardan biri reklamların konutun sunduğu yaşama, konumuna ya da sağladığı sosyal donatılara vurgu yaptıklarını ortaya koymuştur (Uysal ve Baran Atalay, 2017). Kullanıcılarla yapılan görüşmelere dayanan başka bir araştırmada da daha nitelikli donatılar ve olumlu çevre koşulları vurgusundan bahsedilir (Özkan Töre ve Kozaman Som, 2009:129). Konumsal, çevresel ve sosyal donatı özelliklerine yapılan bu vurgu aslında mimariden çok peyzaj boyutunun günümüz anlayışındaki yaşam tarzında önem kazandığını ortaya koymaktadır. Ancak yaşam tarzı ve peyzaj mimarlığı arasındaki bu güçlü bağ genellikle araştırmalarda göz ardı edilmektedir. İnsan hayatının en önemli bileşeni olan konut ve sunduğu yaşam imkânlarının kullanıcılarla en üst düzeyde uyumun sağlanmasında peyzaj tasarımının rolü günümüz itibariyle göz ardı edilemeyecek bir seviye gelmiştir. Bu nedenle peyzaj tasarımın yeni yaşam tarzlarının karakteristiklerinin mekânsal karşılığını oluşturmadaki önemi irdelenmelidir.

2.2. Konut Sitelerinde Peyzaj Tasarımı Aracılığıyla Sunulan Yaşam Tarzları

İnsanlar peyzajın 'içinde' ya da peyzajla 'birlikte' yaşarlar bu nedenle peyzajlar tüketici tercihlerindeki değişimlerle biçimlenirler. Bu tercihler ve davranışlar peyzajın bir parçası olan sosyal mekânı oluşturur (Bruns vd., 2000:144). Mohd Shahli vd. (2014:312-313) iyi bir peyzajın insanlara zihinsel ve fiziksel faydalar getireceğini belirtmişlerdir. Bu nedenle özellikle toplu konut yerleşmeleri bağlamında yaşam kalitesinin desteklenmesinde peyzajın önemi üzerinde durulmalıdır. Mohd Hussain vd. (2014:319) yürüttükleri araştırmada deneklerin büyük çoğunluğunun bir konut alırken ya da kiralarken peyzaj tasarımının kararlarını etkileyeceği fikrini desteklediklerini ve konutun değerini artıracağını düşündüklerini saptamışlardır. Zhang (2010:83) da 1990'lı yıllardan itibaren Çin'de konut alıcılarının toplu konut yerleşmesinin peyzajı ve çevresine daha fazla önem vermeye başladıklarını, yeşil alanın miktarı ve tasarımın kalitesinin bir yerleşmenin istenmesinde önemli bir ölçüte dönüştüğünü belirtir. Garip ve Şener (2012:128) de çalışmalarında toplu konutların yerleşme ölçeğinde spor alanları, havuz, oyun alanları, park alanları, temiz hava vb. gibi fiziksel karakteristiklerinin kullanıcı memnuniyetlerinin saptanmasında en olumlu özellikler olarak ortaya çıktığını saptamışlardır. Ayrıca tüm dünya çapında kapalı yerleşmelerin başarılı olmasının nedeni olarak sakinlerine sunduğu yüzme havuzları, spor sahaları, oyun alanları ve yeşil alanlar gibi yüksek kaliteli kamusal hizmetler olduğu da belirtilir (Mantey, 2017: 153). Gadecki ve Smigiel (2009:205)peyzajı kapalı yerleşme olgusunun anlaşılmasındaki ana unsur olarak tanımlamışlardır. Bu yazarlara göre peyzaj tasarımı çevrenin tasarlanması ya da mekânlar ve yerlerin düzenlenmesinden daha fazlasıdır: sosyal ve kültürel değerlerin düzenlenmesi ve korunmasının bir yoludur. Tüketici toplum koşullarında belirli peyzajlara erişim ve kabul edilme özellikle sosyal statü bağlamında kimliğin ciddi bir göstergesi olmaktadır (Gadecki ve Smigiel, 2009:205). Farklı mimari stiller sergileyen ve kaliteli malzemelerden yapılmış, bakımlı çim alanlar, ağaçlar ve diğer bitkiler içeren geniş, temiz ve iyi bakımlı açık mekânlar, yaşayanların yüksek sosyo-ekonomik statüsünü yansıtan çekici çevreleri temsil ederler (Zhang, 2010:109). Bu mekânsal dışavurumda doğaya erişim ve doğayı kullanma önemli bir rol oynar. Doğaya erişim çitlerle sıkıca denetlenmektedir ve bu sözde 'doğal çevre' her zaman profesyoneller tarafından düzeltilmekte, ıslah edilmekte ve bakımı yapılmaktadır (Gadecki ve Smigiel, 2009:207). Türkiye'de kapalı yerleşmelerin geliştiricileri konutlarını değerini artırdığından ürünlerinin doğaya yakınlığına dikkat çekmektedirler (Pérouse, ve Danış, 2005:107). Estetik boyutu yanında doğaya yapılan vurgu son zamanlarda daha çok sürdürülebilir gelişmenin teşvikiyle ilişkilendirilmektedir. Konut alanlarında sürdürülebilirlik uygulamaları çevresel performansın güçlendirilmesine yönelik bir takım 'yeşil strateji'lerin geliştirilmesi ile sonuçlanmıştır (Zhang vd., 2011:158). Yeşil strateji terimi geliştirici firmaların çevre koruma, ekolojik duyarlılık ve sosyal sorumluluğa katkıda bulunarak rekabetçi sürdürülebilir avantajları güçlendirmek ve elde etmek için benimsedikleri yaklaşımdır. Yeşil stratejilerin benimsenmesiyle sosyal sorumluluk üstlenmesi konut geliştiricilerine iyi bir imaj getirmektedir. Ayrıca bu alandaki profesyonellerle yapılan görüşmeler yeşil imajın daha yüksek konut fiyatları ile sonuçlanabileceğini ortaya koymuştur (Zhang vd., 2011:158).

Şekil 1: Kapalı yerleşmelerde açık yeşil alanlar, bitki örtüsü ağırlıklı görseller



Sur Yapı Şehir Konakları, www.suryapi.com.tr



Dumankaya Mozaik, www.dumankaya.com



Dumankaya Mozaik, www.dumankaya.com



Sur Yapı Lavender Sancaktepe, www.suryapi.com.tr

Peyzaj tasarımının kapalı yerleşmeler için üstlendiği önemli rollerden bir diğeri de kapalı yerleşmenin neden olduğu çevresiyle sosyal ayrışmaya karşın kendi içinde sosyal bağları güçlendirmesidir. Mahmoudi Farahani ve Lozanovska (2014:224) tasarlanan çevrelerin yaşayanlar arasında etkileşim ihtimalini artırarak doğrudan ya da dolaylı bir şekilde toplum olma duygusunu etkileyebileceğini belirtmişlerdir. Kamusal mekânlar sosyalleşme ve yüz yüze iletişim alanlarıdır. Mini parklar, yaya yolları gibi unsurları içeren ekolojik tasarımlara yer verilen konut yerleşmelerinde, konut sakinlerini konutun dışında diğer sakinlerle bütünleşmeye teşvik ettiklerinden sosyal kaynaşmanın daha iyi gerçekleştiğini gösteren araştırmalar çok sayıdadır (Mantey, 2017:152). Kapalı yerleşmelerde peyzaj bileşenleri buralarda yaşayan ve aynı dünya görüşü ve değerleri paylaşanları bir araya getirmeyi ve kentteki diğerlerinden uzaklaştırmayı sağlar (Pérouse ve Danış, 2005:109). Bu nedenle kapalı yerleşmelerde tüketime dayalı bir yaşam tarzının sosyal izolasyon temelinde sürdürülmesini sağlamakla ve sosyo-mekânsal ayrışmaya neden olmakla eleştirilmektedirler (Mantey, 2017:153). Geliştiriciler ise bunu kültürel ayrıcalık olarak lanse etmekte ve mevsim ortası festivalleri gibi kültür ve sanat etkinlikleriyle bunu güçlendirmektedirler (Pérouse ve Danış, 2005:109). Buralarda yaşayanlar arasındaki yüksek düzeyli toplum olma duygusunun kamusal alanlardaki yüksek etkileşimden ziyade açık mekânların tasarım ve estetik açısından sağladığı birlik ile ilişkili olduğu da başka bir yaklaşımdır. Kapalı yerleşmelere taşınmanın düzen ve kontrol duygusu, prestij gibi nedenleri yanında bakımlı, huzurlu, sakin kamusal alanlarının olmasının da önemli bir etken olduğu; insanların yaşamakta olduğu yerlerde bu tür özellikler mevcutsa buralardan taşınmayı diğer yerlerde yaşayanlardan daha az düşündükleri saptanmıştır (Mantey, 2017: 154).

Bu işlevleri ve etkileri nedeniyle yaşam tarzının pazarlanmasında konut sitelerinin tüketiciye sunumunda peyzaj bileşenleri ve özellikleri daha ön plandadır. Konut yerleşmelerinin sahip olduğu çevresel özellikler ve sosyal donatıların artık ev sahibi olmayı etkileyecek önemli unsurlara dönüştüğü belirtilmektedir (Uysal ve Baran Atalay, 2017: 2111). Yaşam tarzı kavramının boş zaman faaliyetleri gibi sosyal hayata ilişkin pek çok çeşitliliği bünyesinde barındıran bir kavram olması (Gençyürek Erdoğan, 2014:1-2); bu faaliyetlerin insanlar tarafından daha ziyade açık mekânlar ile ilişkilendirilmesi nedeniyle yerleşmelerdeki konutların pazarlanmasında peyzaj tasarımı ön plana çıkmaktadır. Boş zamanın pasif geçmesi değil, yaratıcı ve haz uyandırıcı olması beklendiğinden (Gençyürek Erdoğan, 2014:48) sanatsal etkinlikler, spor aktiviteleri, eğitsel faaliyetler ve kişisel hobileri geliştirecek etkinliklerle değerlendirilmeye çalışılmaktadır (Şentürk, 2012: 64). Hafta içi çalışma saatleri dışındaki saatleri ve hafta sonunu, en verimli şekilde değerlendirmek isteyen modern birey, gezmek, dolaşmak, alışveriş yapmak ve eğlenmek gibi sosyal aktivitelerini bu zaman dilimlerine sığdırmaya çalışmaktadır (Şentürk, 2012: 64). Kapalı yerleşmelerde insanların boş zamanlarını nasıl değerlendireceklerine dair seçenekler, önerilen

Şekil 2: Kapalı yerleşmelerde çocuk oyun alanları ve donatıları



Sur Yapı Gölbahçe, www.suryapi.com.tr



Sur Yapı Lavender, www.suryapi.com.tr



Sur Yapı Lavender, www.suryapi.com.tr



Sur Yapı Tilia, www.suryapi.com.tr

yaşam tarzı bağlamında belirlenmekte, bunlara karşılık gelen mekânsal bileşenler ve etkinlikler reklamlar aracılığıyla alıcılara sunulmaktadır.

Bunlarda sıklıkla karşılaşılan fiziksel ve sosyal peyzaj bileşenleri olarak şunlar tespit edilmiştir:

- 'yemyeşil ağaçlar, yeşil alanlar, bahçeler, doğa ile iç içe alanlar, doğayla baş başa bahçeler, parklar, çekici peyzaj', 'inanılmaz güzellikte doğal pınarlar', 'temiz hava, temiz mekânlar', 'yüzme havuzu', 'yürüyüş-gezi yolları, bisiklet-koşu parkurları', 'spor sahaları', 'çocuk oyun alanları, eğlence alanları, oyun bahçeleri, emniyetli açık alanlar', 'barbekü', 'ortak sosyal yaşam alanları', 'ulaşım kolaylığı, otopark', 'golf sahası', 'helikopter pisti' gibi fiziksel özellikler (Alyakut, 2017: 255; Bedirhan, 2016: 62-63; Güzelci, 2018:51; Öncü, 1999; Saral Güneş ve Kükrer Aydın, 2016: 236;),
- 'yakın arkadaş ve dost çevresi', 'sakin, huzurlu ve özgür bir sosyal yaşam', 'alışveriş, spor, eğlence olanakları', 'sağlıklı, hareketli ve aktif bir yaşam', 'doğal ve konforlu yaşam', 'modern, lüks, doğayla

baş başa batılı yaşam', 'seviyeli sosyal çevre' gibi sosyal özelliklerdir (Alyakut, 2017: 255; Güzelci, 2018:51; Öncü, 1999).

Şekil 3: Kapalı yerleşmelerde ortak sosyal alanlar; sohbet etme, uzanma-güneşlenme, yazlık sinema, hobi alanı, toplanma-gösteri, restoran



Sur Yapı Şehir Konakları, www.suryapi.com.tr



Sur Yapı Metrogarden, www.suryapi.com.tr



Sur Yapı Metrogarden, www.suryapi.com.tr



Sur Yapı Bahçekent, www.suryapi.com.tr



Sur Yapı Bahçekent, www.suryapi.com.tr

3. SONUÇ

Yaşam tarzlarımız ve yaşamımızın içinde gerçekleştiği mekânlar, yaptığımız işler, dünyaya bakış açımız; tüketim kültürü, küreselleşme ve gelişen teknoloji gibi etkenlerle sürekli bir değişimin ve dönüşümün içindedir. Tüm bunlara bağlı olarak değişen yaşam tarzlarını destekleyecek yeni ve çeşitli kentsel konut türleri denenmelidir (Kwon ve Kim,2017: 11). Bu durum mekânsal tasarım disiplinlerine ait profesyonelleri kullanıcıların değişmekte olan yaşam tarzlarını, beklentileri, ihtiyaçları daha iyi anlama sorumluluğuyla karşı karşıya bırakmaktadır.

Günümüzde giderek yaygınlaşmakta olan kapalı yerleşmelerin konuttan ziyade aslında bir yaşam tarzı satmakta olduğu görüşü giderek daha çok kabul görmektedir. Satın aldıkları ev ve onun temsil ettiği yaşam tarzları aracılığıyla tüketiciler sosyal statülerini ortaya koymakta, kimliklerini yansıtmaktadır. Konutların yaşam tarzı oluşturma ve pazarlamasındaki rolünü ele alan araştırmaların yerleşmelerin açık mekânları ve vaat edilen yaşam tarzı arasındaki ilişkiyi sıklıkla dile getirdiği ancak bunun peyzaj mimarlığına ve tasarımına değinilmeden yapıldığı gözlemlenmiştir. Oysa konut yerleşmelerindeki peyzaj tasarımlarının ortak mekânları ve olanak

sağladıkları etkinlikleri aracılığıyla yerleşme sakinlerinin sosyal kaynaşması ve yerleşmeye aidiyet duygusunu güçlendirdiği, peyzajın estetik kalitesi aracılığıyla yaşanılan yerleşmenin yüksek bir sosyal statü etkisi

Şekil 4: Kapalı yerleşmelerde yüzme havuzu ve diğer su öğelerine ilişkin görseller



Sur Yapı Lavender, www.suryapi.com.tr



Sur Yapı Tilia, www.suryapi.com.tr



Dumankaya Mozaik, www.dumankaya.com



Sur Yapı Idilia, www.suryapi.com.tr



Sur Yapı Lavender, www.suryapi.com.tr



Sur Yapı Bahçekent, www.suryapi.com.tr



Sur Yapı Bahçeyaka Isparta Kule, www.suryapi.com.tr

uyandırabildiği ve böylece sakinlerin prestij, aidiyet ve kimlik beklentilerinin karşılanmasında en önemli unsurlardan biri olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca bir konut satın alacaklar için peyzaj tasarımının ve içerdiği sosyal

donatıların tercihi etkileyecek önemli bir etken olduğu ve konutun değerini artırdığı belirtilmiştir. Çeşitli akademik çalışmalardaki kapalı yerleşmelerin açık mekânlarına ilişkin tanımlar ve özellikler bu çalışmada derlenmiş, peyzaj tasarımına ait fiziksel ve sosyal özelliklerin sıklıkla vurgulandığı ancak bunların hiçbirinde peyzaj mimarlığı ya da tasarımından bahsedilmediği görülmüştür. Özellikle kentsel alanlarda artan sorunlara karşılık kapalı yerleşmelerin 'doğaya yaklaşma', 'doğa ile iç içe olma', 'doğanın parçası olma' gibi sloganları daha sık vurgular olduğu da saptanmıştır. Çeşitli kapalı yerleşme tanıtımlarından gruplandırılan görseller (şekil 1, 2, 3, 4) doğa vurgusu ve sosyalleşme vaadini güçlü bir şekilde yansıtmaktadır; çocuk oyun donatıları, ortak sosyal alanlar, yüzme havuzları, hareketli ya da durgun su öğeleri, bakımlı estetik bitkilendirme tasarımları tanıtımlarda konutun yer aldığı mimari yapıdan ve konutun iç mekânlarından daha fazla ön plandadır.

- Bu durumda peyzaj mimarlığı profesyonellerinin kapalı yerleşmelerin tasarımlarında daha etkin rol alması gerektiği, bunun ise ancak kullanıcıların değişen yaşam tarzları ve beklentilerini daha iyi anlayarak başarılabileceği ortadadır.
- Akademik araştırmalarda da peyzaj mimarlığının çağdaş yaşam tarzlarının ortaya koyulduğu etkinlikler ve günlük yaşam faaliyetleriyle ilişkisi vurgulanmalı, bu konuya peyzaj tasarımıyla ilişkisi açısından yaklaşan daha fazla araştırma gerçekleştirilmelidir.
- Bu kavram ve mekânsal yansımalarının peyzaj mimarlığı öğretiminde de özellikle tasarım stüdyolarında ele alınması, öğrencilerin meslek hayatına atıldığında kullanıcıları daha iyi anlamalarına ve onların ihtiyaçlarıyla daha iyi örtüşen açık mekânları tasarlamalarına olumlu katkıda bulunacak ön deneyim ve teorik bir altyapı oluşturacaktır.

KAYNAKÇA

Akyol Altun, T. D. (2008). Yeni Yaşam Tarzları: Kapalı Konut Yerleşkeleri. DEÜ Mühendislik Fakültesi Fen Ve Mühendislik Dergisi, 10(3): 73-85.

Alyakut, Ö. (2017). Postmodern Toplumda Değişen Evler: Yeni Yaşam Tarzı Vadeden Ev Reklamlarının Göstergebilimsel İncelenmesi. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 44: 244-263.

Bedirhan, A. (2016). İdeal Ev Mitosuyla Hayaller ve Düşler Ülkesinde Yaşa(T)Mak: Lüks Konut Reklamlarının Eleştirel Bir Analizi . İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi, 12: 45-80.

Bilgin Ülken, F. (2015). İstanbul Life Dergisi'nde Yaşam Tarzı Sunumu. Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, 9(1): 39-57.

Blakely, E. J., Snyder, M. G. (1997). Fortress America: Gated communities in the United States. Washington, DC:Brookings Institution Press.

Bruns, D., Ipsen, D., Bohnet, I. (2000). Landscape dynamics in Germany. Landscape and Urban Planning, 47: 143-158.

Chaney, D. (1999). Yaşam Tarzları (Çeviren; İrem Kutluk). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Çıkış, Ş., İpek Ek, F. (2009). Konutta Lüks Kavramının İmgesel Dönüşümü: İzmir Kent Merkezinde Çok Katlı Lüks Konutlar. Mimarlık, 348.

http://www.mimarlikdergisi.com/index.cfm?sayfa=mimarlik&DergiSayi=362&RecID=2152 erişim tarihi: 05 Haziran 2018

Erdinç, S.Y., Öymen Gür, Ş. (2017). Rezidans Kültürü Üzerine Bir İnceleme: İstanbul Örneği. Yakın Mimarlık Dergisi, 1(1): 68-90.

Gadecki, J., Smigiel, C. (2009). A Paradise Behind Gates And Walls. Gated Communities in Eastern Europe And The Promise Of Happiness. In A. Bartetzky, M. Schalenberg (Eds.), Urban Planning And The Pursuit Of Happiness European Variations on a Universal Theme (18th—21 St Centuries). Jovis, Berlin, s.198-217.

Garip, S. B., Şener, H. (2012). Analysing Environmental Satisfaction in Gated Housing Settlements: A Case Study in İstanbul. ITU Journal of Faculty of Architecture, 9: 120-133.

Gençyürek Erdoğan, M. (2014). Turizm Reklamlarında Yaşam Tarzlarının İnşası: Göstergebilimsel Çözümleme. Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Grant, J., Mittelsteadt, L. (2004). Types of gated communities. Environment and Planning B: Planning and Design, 31: 913-930.

Güzelci, H. (2018). İstanbul'un Değişim Sürecinde Konut Reklamlarının Göstergebilimsel Çözümlemesi: 2000 Sonrası Mimari Örnekleri. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, 8(1): 45-60.

İnce, B. (2012). Bir Tüketim Nesnesi Olarak Bireyin Özne Olma Çabaları: Somut Olanın Yanılgısından Sanal Olanın Gerçekliğine. https://mimaritasarimveelestiri.wordpress.com/2012/05/21/bir-tuketim-nesnesi-olarak-bireyin-ozne-olma-cabalari-somut-olanin-yanilgisindan-sanal-olanin-gercekligine/ Erişim tarihi: 05 Haziran 2018

Kwon, H., Kim, S. (2017). Variation in the Characteristics of Everyday Life and Meaning of Urban Housing Due to the Transition of Social Structure: Focusing on Articles Published in Lifestyle Magazines. Sustainability, 9:1298;1-18. doi:10.3390/su9081298

Lyons, G., Mokhtarian, P., Dijst, M., Böcker, L. (2017). The dynamics of urban metabolism in the face of digitalization and changing lifestyles: Understanding and influencing our cities. Resources, Conservation & Recycling (Article in press), http://dx.doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.07.032

Mahmoudi Farahani, L., Lozanovska, M. (2014) A Framework for Exploring the Sense of Community and Social Life in Residential Environments. Archnet-IJAR 8(3): 223–237.

Mantey, D. (2017). Social Consequences of Gated Communities:The Case of Suburban Warsaw. The Professional Geographer, 69(1): 151-161. DOI:10.1080/00330124.2016.1184986

Mohd Shahli, F., Mohd Hussain, M. R., Tukiman, I., Zaidin, N. (2014). The Importance Aspects of Landscape Design on Housing Development in Urban Areas. APCBEE Procedia, 10: 311–315.

Mohd Hussain, M. R., Tukiman, I., Zen, I. Hj., Mohd Shahli, F. (2014). The Impact of Landscape Design on House Prices and Values in Residential Development in Urban Areas. APCBEE Procedia, 10: 316–320.

Öncü, A. (1999). İdeal Ev Mitolojisi Sınırları Aşarak İstanbul'a Ulaştı. Birikim Dergisi, 123.

http://www.birikimdergisi.com/birikim-yazi/6446/ideal-ev-mitolojisi-sinirlari-asarak-istanbul-a-ulasti#.WuXvF9RubIU Erişim tarihi: 06 Haziran 2018.

Özkan Töre, E., Kozaman Som, S. (2009). Sosyo-Mekânsal Ayrışmada Korunaklı Konut Yerleşmeleri: İstanbul Örneği. Megaron, 4: 121-130.

Pérouse, J.F., Danış, A. D. (2005). Zenginliğin mekânda yeni yansımaları: İstanbul'da güvenlikli siteler. Toplum ve Bilim, 104: 92–123.

Saral Güneş, S., Kükrer Aydın, Ö. (2016). Tüketim Kültürü Çerçevesinde Lüks Yaşam Tarzlarının Dekorasyon Dergilerindeki Reklamlarda Sunumu: Home Art Dekorasyon Dergisi Örneği. Journal of Yasar University, 11(43): 220-239.

Şanlıgençler, G. (2016). Markalı, Güvenlikli Site Reklamları. https://medium.com/turkce/markal%C4%B1-g%C3%BCvenlikli-site-reklamlar%C4%B1-97a6df1ecf42 Erişim tarihi: 06 Haziran 2018.

Şentürk, Ü. (2012). Tüketim Toplumu Bağlamında Boş Zamanların Kurumsallaştırdığı Bir Mekân: Alışveriş Merkezleri (AVM). Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13: 63 -77.

Uysal, M., Baran Atalay, F. N. (2017). Tüketim Aracı Olarak Konutun Mekânsal Değişiminin Reklamlar Üzerinden Çözümlenmesi: Konut Kooperatifleri Süreci. Journal of Social and Humanities Sciences Research, 4(15): 2107-2116.

Yılmaz, E. (2016). Konut Sorunu ve Toplu Konut Üretiminde Toki'nin ve Belediyelerin Rolü. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 3 (7): 31-50.

Zhang, L. (2010). In Search of Paradise: Middle-Class Living in a Chinese Metropolis. Cornell University Press, Ithaca, NY.

Zhang, X., Shen, L., Wu, Y. (2011) Green strategy for gaining competitive advantage in housing development: a China study. Journal of Cleaner Production 19: 157–167.

Altına Yatırım Kararlarında Finansal Davranış Faktörleri

Sercan Demirören[1] **Doç. Dr. Süleyman Gökhan Günay[2]**

[1] Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü, sercan_demiroren@hotmail.com

[2] Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, suleymangokhan@gmail.com

Özet: Altın yüzyıllar boyunca değerli bir maden olarak kullanılmıştır. Bu değerli emteanın finansal piyasalardaki önemi hala devam etmektedir. Eskiden para olarak kullanılan altın günümüzde para olarak kullanılmamaktadır ve önemli bir yatırım aracı olarak finansal piyasalardaki yerini almıştır. Davranışsal finans kavramı ise son yıllarda bireylerin finansal kararlarını etkileyen süreçler üzerine yapılan araştırmalar ile önem kazanan konulardan biri haline gelmiştir. Finansal davranış faktörleri ile ilgili çalışmaların birçoğu hisse senetlerine yatırım ile ilgilidir. Bu çalışmada altına yatırım yapmada etkili olan finansal davranış faktörleri incelenmiştir. Bu amaçla onbir hipotez finansal davranış faktörlerine göre oluşturulmuştur. Söz konusu hipotezlerin test edilmesi için onyedi kategorik değişken kullanılmıştır. Finansal davranış faktörleri ile ilgili değişkenler ilk olarak Kolmogorov-Smirnov testi uygulanarak test edilmiş ve normalitenin olmadığı tespit edilmiştir. Onbir hipotez her bir kategorik değişken için Mann-Whitney-U ve Kruskal-Wallis non-parametrik testleri uygulanarak test edilmiştir. Sonuç olarak bu çalışma ile Türkiye'deki yatırımcıların altına yatırım yapma kararı verirken finansal davranış faktörlerinin etkisi altında kaldığı ispatlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Altın, Finansal Davranış, Altın Yatırımcısı

Financial Behavior Factors in Gold Investment Decision

Sercan Demirören[1] **Doç. Dr. Süleyman Gökhan Günay[2]**

[1] Trakya University, Social Sciences Institute, Business Management Department, sercan_demiroren@hotmail.com

[2] Trakya University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Business Management Department, suleymangokhan@gmail.com

Abstract: Gold is used as a precious metal for centuries. This precious commodity's importance in financial markets still continues. Although gold which is used as a money in the past is not used as a money today, and it has taken its place as an important financial instrument in financial markets. The concept of financial behavior has become one of the important topics that has an impact on the process of individuals' financial decisions recently. Most of the studies based on financial behavior factors are about investing in shares. Financial behavior factors that have effect in the investment of gold are examined in this study. Eleven hypotheses are formed based on financial behavior factors in this regard. Seventeen categorical variables are used to test these hypotheses. Variables related with financial behavior factors are first tested by using Kolmogorov-Smirnov test and normality is not found. Eleven hypotheses are tested by using Mann-Whitney-U ve Kruskal-Wallis non-parametrik tests. As a result, this study showed that investors in Turkey are affected by the financial behavior factors during their investment decisions in gold.

Key Words: Gold, Financial Behavior, Gold Investor

1. INTRODUCTION

People used gold as a money for centuries. But it is used as an investment after the cancellation of Bretton Woods Agreement in 1973. Gold standard is used in world financial system between 1870-1929. The value of a money in a country is fixed to a certain amount of gold in gold standard. The currency of a country is used and defined as gold in this system (Tilbe, 2010: 6). Gold is used as money in the 19th century. It is used as a reserve collection instrument in foreign exchange systems in the 20th century. Central banks began to collect gold besides foreign currencies (Kaplan, 2003: 10).

Gold standard was used until I. World War started in 1914. Individuals withdrew their money before the war. The relationship between money and gold in the trade system was about to brake. The bonds that were given to the public for borrowing cannot be exchanged with gold. Many loans are given by banks to public by issuing banknotes with the same amount of gold in their reserves. This bubble in terms of money created inflation in the economy. Individuals bought stocks to protect themselves against inflation. Hence the prices of the stocks

increased. When lenders asked for their money, a financial crisis started. All of the banks and corporations went bankrupt (Tilbe, 2010: 8). In order to stop the financial crisis, gold is used as a money again. Due to price price fluctuations the value of dollar was under the value of gold. Since total amount of gold was not enough to pay for the goods and services priced in terms of dollars most of the companies went bankrupt (Kaplan, 2003: 10-11). As can be seen in here, gold standard has led to financial crisis and inflations in the history. Nowadays gold is used as a bullion, as an investment in a bank account, as an instrument in derivatives and as an investment in funds based on gold (Güvenç, 2006: 67).

Do individuals make their investment decisions on gold based on psychological and sociological factors or rational factors such as statistics and mathematics? This article tries to answer this question. Economists like Adam Smith tried to show that individuals make their decisions based psychological factors. It is thought until 1970s that human psychology does not have an impact on financial behaviors. But Prospect Theory developed by Daniel Kahneman and Amos Tversky showed that it has an impact. Eleven hypotheses are developed to test whether financial behavior factors have an impact on gold investment decisions

2. FINANCIAL BEHAVIOR VARIABLES

2.1. Over Confidence

Individuals sometimes believe that they have too much information. When individuals believe to their cognitive talents without any reasons it is called over confidence (Pompian, 2006: 51). In the questionnaire overconfidence is reflected with two statements: “I manage my investments myself” and “The sucess of my investment decisions are related with me.

2.2. Anchoring

Any information that is learned in the life time of a human can have an impact on the decisions. This is called anchoring in financial decision making. A comment by an analyst or a target price expectation have an impact on investors’ decisions (Yörükoğlu, 2007: 18). In the questionnaire anchoring is reflected with two statements: “I take advice from financial institutions in making gold investments” and “I take advice from my friends and family in making gold investments”

2.3. Mental Accounting

Mental accounting term is first used by Richard Thaler. According to Thaler, mental accounting is defined as the set of cognitive operations used by individuals to organize, evaluate and keep track of financial activities. (Thaler,1999: 183). In the questionnaire mental accounting is reflected with one statement: “I follow gold prices constantly”.

2.4. Sunk Cost Fallacy

Sunk cost fallacy is a idea that a company or organization is more likely continue with a project if they already invested alot of money, time or effort in it, even continuing is not the best thing to do. When individuals ignore the drop in the gold prices and continue their investments due to psychological factors it is also called sunk cost fallacy. In the questionnaire sunk cost fallacy is reflected with one statement: “I ignore the drop in the gold prices”.

2.5. Prospect Theory

When investors try to buy the good performing stocks and sell bad performing stocks in the financial markets, it is called prospect theory. Investors make their decisions on certain patterns. Law of small numbers also emerged as a result of prospect theory. Investors tend to assume that recent incidents will continue in the future. This is seen in the financial markets (Barberis, 2007: 1-45). In the questionnaire prospect theory is reflected with one statement: “I believe that gold is a safe investment instrument”.

2.6. Regret Avoidance

When individuals do not admit their their failure in an investment, it is called regret avodiance (Bernstein, 2012). Regret occurs as a pain when there are better options but it is too late to change our decision (Statman, 2002: 14-21). In the questionnaire regret avoidance is reflected with one statement: "I believe that gold does not lose its value".

2.7. Over Reaction

Individuals make irregular decisions in their investments. Due to constantly changing data, investors are obliged to make fast decisions. Therefore, they give much more importance to new information than the existing ones. In other words, investors react to the recent information rather than the former ones (Yörükoğlu, 2007: 39). In the questionnaire over reaction is reflected with one statement: "I sell the gold when the prices go up".

2.8. Conservatism

When you try to preserve something else that is already established it is called convervatism (Greenwald, 1980: 606). When investors give low reaction to new coming information and development there is conservatism. In the case of conservatism, which is also called low reaction, investors do not react to the statements made by other firms in the same sector. They only trust to the invested firm's declarations (Kandır, 2006: 36). In the questionnaire conservatism is reflected with two statements: "I know the factors that affect the gold prices" and "The new information about gold does not affect my investment decisions"

2.9. Herding

When individuals make their decisions based on others' ideas rather than theirs, it is called herding. Herding behavior give to much harm to investors during economic crisis. (Döm, 2003: 134). In the questionnaire herding is reflected with one statement: "We have gold investment habit that comes from the family".

2.10. Availability Heuristics

Availability heuristics is used to measure probability and frequency of a case. It is called as the first thing that has come to mind in the studies. When individuals put forward an idea about the future they use their past experiences. (Kahneman ve Tversky, 1979: 1127). In the questionnaire conservatism is reflected with one statement: "A glaring performance of a financial instrument that sticks to my mind is effective in making reinvestment in the same instrument "

2.11. Confirmatory Bias

Individuals obtain various information in their life time. When the new information contradicts with their information, they ignore them. This situation is called confirmatory bias and occurs with selective behaviors of individuals (Böyükaslan, 2012: 98). In the questionnaire confirmatory bias is reflected with one statement: "It is important for me to see financial investment decisions similar to mine in my environment"

3. RESEARCH METHODOLOGY

Questionnaire is used to receive the data in the study. SPSS 24.0 Statistical Programme is used to analyze the data in the questionnaire. Normality is tested by One-Sample Kolmogorov Smirnov. As a result of normality test, it is found that the data does not show normality. Mann Whitney U test is used with two categorical variables and Kruskal Wallis is used with three or more categorical variables to test the eleven hypotheses related with financial behavior decision making. 500 individuals participited to the study by giving answers to the questionnaire on the internet. The study is conducted between 12th of January 2018 and 27th of January 2018. Fourteen statements related with financial behavior factors are used in the questionnaire. These fourteen statements reflect the eleven hypotheses. The number of statements related with financial behavior factors are more than the number of hypotheses because some of the hypotheses are used with two statements. There are seventeen categorical statements in the questionnaire. The eleven hypotheses are tested for each categorical variable in the study.

3.1. Hypotheses

Eleven hypotheses are developed about financial behavior factors. These eleven hypotheses can be seen below:

H1: There is a significant relationship between categorical variables and over confidence of gold investors.

H2: There is a significant relationship between categorical variables and anchoring of gold investors.

H3: There is a significant relationship between categorical variables and mental accounting of gold investors.

H4: There is a significant relationship between categorical variables and sunk cost fallacy of gold investors.

H5: There is a significant relationship between categorical variables and prospect theory of gold investors.

H6: There is a significant relationship between categorical variables and regret avoidance of gold investors.

H7: There is a significant relationship between categorical variables and over reaction of gold investors.

H8: There is a significant relationship between categorical variables and conservatism of gold investors.

H9: There is a significant relationship between categorical variables and herding of gold investors.

H10: There is a significant relationship between categorical variables and availability heuristic of gold investors.

H11: There is a significant relationship between categorical variables and confirmatory bias of gold investors.

3.2. Empirical Results

Çalışmamızda yer alan anket sorularının güvenilirliği hesaplandığında %71,8 oranda güvenilir olduğu görülmüştür. Bu oran anketin uygulanması için yeterli bir orandır. Cronbach Alpha kat sayısı hesaplanırken demografik özellikler ve yatırım bilgi düzeylerinin ölçümüne yönelik sorular dışarıda bırakılmıştır.

Table 1: Reliability Test

Cronbach's Alpha Coefficient	Number of Questions
.718	31

Table 2: The Test of Hypotheses Related with Gender Categorical Variable

Financial Behavior Variable	Significance Level
Over Confidence1	.000
Over Confidence2	.000
Prospect Theory	.041
Regret Avoidance	.019
Conservatism1	.000
Mental Accounting	.000
Sunk Cost Fallacy	.000
Conservatism2	.047
Anchoring2	.033
Availability Heuristics	.000

In terms of gender categorical variable, women are more affected from the financial behavior factors significantly, that can be seen in table 2 above, than men accept concervatism. Hypotheses related with overreaction, herding and confirmatory bias are not confirmed for the gender categorical variable. Women are more affected than men in terms of mean rank values for the significant financial behavior factors accept only one, which conservatism2.

Table 3: The Test of Hypotheses Related with Age Categorical Variable

Financial Behavior Variable	Significance Level
Regret Avoidance	.017
Over Reaction	.017
Sunk Cost Fallacy	.000

There are ten groups for the age categorical variable. They are 15-20, 21-25, 26-30, 31-35, 36-40, 41-45,46-50, 51-55, 56-60 and 60 and more (60+). In terms of age categorical variable, the age group 46-50 with the 282,5 mean rank value is the most affected group among ten age groups in the regret avoidance financial behavior factor. The age group 61+ with the 369,63 mean rank value is the most affected group in the over reaction financial behavior variable. Finally, the age group 15-20 with the 289,18 mean rank value is the most affected group in the sunk cost fallacy financial behavior variable. Only three hypotheses are confirmed in terms of age categorical variable, as can be seen in table 3 above.

Table 4: The Test of Hypotheses Related with Education Categorical Variable

Financial Behavior Variable	Significance Level
Confirmatory Bias	.041
Conservatism2	.016
Anchoring2	.036

There are eight groups for the education categorical variable. These groups are literate, primary school, middle school, high school, college, undergraduate, master degree and phD. In terms of education categorical variable, the education group at the phd level is the most affected group among eight education groups in the confirmatory bias, conservatism2 and anchoring financial behavior factors with the 273,46, 340,08 and 375,71 mean rank values respectively. Only three hypotheses are confirmed in terms of age categorical variable, as can be seen in table 3 above.

Table 5: The Test of Hypotheses Related with Income Categorical Variable

Financial Behavior Variable	Significance Level
Over Confidence1	.029
Regret Avoidance	.040
Sunk Cost Fallacy	.000
Conservatism2	.041

There are six groups in the questionnaire income categorical variable. These income levels are 0-500, 501-1000, 1001-1500, 1501-2000, 2001-2500, and 2500 and more (2500+). In terms of income categorical variable, four hypotheses related with financial behavior factors are confirmed. Among these four confirmed hypotheses three of them are affected from the same income group of 0-500. The income level of 0-500 is the most affected group among six income groups in the over confidence, sunk cost fallacy and conservatism2 financial behavior factors. The income group with 1001-1500 TL has 274,87 mean rank value and it is the most affected group among six income groups in the regret avoidance financial behavior factor.

Table 6: The Test of Hypotheses Related with Constant Investment Categorical Variable

Financial Behavior Variable	Significance Level
Over Confidence1	.004
Over Confidence2	.000
Prospect Theory	.04
Regret Avoidance	.047
Herding	.003
Conservatism1	.000
Mental Accounting	.001
Sunk Cost Fallacy	.000
Confirmatory Bias	.001
Availability Heuristics	.000

There are two variables for the constant investment categorical variable. These two categories are “yes” and “no”. As can be seen in table 6, nine of the hypotheses are confirmed for this categorical variable. In all of these nine confirmed financial behavior variables it is found that people do not make investment to gold constantly. In other words, people who answered the questionnaire in terms of constant investment select the “no” category for the significant financial behaviral factors. Three of the hypotheses are rejected for this categorical variable.

Table 7: The Test of Hypotheses Related with Purpose of Investment Categorical Variable

Financial Behavior Variable	Significance Level
Over Confidence1	.035
Regret Avoidance	.002
Conservatism1	.012
Mental Accounting	.021
Sunk Cost Fallacy	.043
Confirmatory Bias	.021
Anchoring1	.043
Availability Heuristics	.027

There are three groups variables for the constant investment categorical variable. The first categorical variable is “to protect my family and my self”, the second one is “for my childrens’ future” and the third on is “to use my money in a better way”. It is found that, first category is the most important group among three categories in terms of over confidence1, conservatism, mental accounting financial, confirmatory bias, and availability heuristics behavior factor. The third category is the most important group among three categories in terms of regret avoidance, sunk cost fallacy, and anchoring financial behavior factors.

Table 8: The Test of Hypotheses Related with Ranking of Financial Instruments Categorical Variable

Financial Behavior Variable	Significance Level
Over Confidence1	.046
Over Confidence2	.043
Prospect Theory	.000
Regret Avoidance	.000
Herding	.000
Mental Accounting	.000

There are eight groups for the ranking of financial instruments categorical variable. These groups are deposits, gold, foreign currency, stocks, forex, bonds, digital currencies and others. Both of the elements of over confidence financial behavior variable are significant for this categorical variable. Six of the hypotheses are rejected in this categorical variable. Forex category has the highest rank among eight categories and it is followed by bonds category for the over confidence1 and over confidence2 financial behvioral factors. Forex category has the highest rank among eight categories and it is followed by digital currencies category for the prospect theory, regret avoidance, herding, and mental accounting financial behvioral factors. The rank of gold is seven for the over confidence1 and over confidence2 financial behaviral factors. Gold is the least prefered financial instrument in terms of prospect theory, regret avoidance, herding and menatl accounting financial behvioral factors.

Table 9: The Test of Hypotheses Related with Risk Taking Categorical Variable

Financial Behavior Variable	Significance Level
Over Confidence1	.000
Over Confidence2	.007
Conservatism1	.000
Mental Accounting	.000
Anchoring2	.001
Availability Heuristics	.000

There are two groups for the risk taking categorical variable. These categories are “yes” and “no”. As can be seen in table table 9, five hypotheses are accepted. No category has a higher mean rank value than yes category for these five financial behavior factors. In other words, it is found that investors prefer not to take risks. This is result is parallel to the theory, which says that investors are generally risk averse.

Table 10: The Test of Hypotheses Related with Investment Duration Categorical Variable

Financial Behavior Variable	Significance Level
Over Confidence2	.003
Regret Avoidance	.015

Herding	.006
Conservatism1	.000
Mental Accounting	.002
Over Reaction	.002
Sunk Cost Fallacy	.000
Confirmatory Bias	.004
Availability Heuristics	.041

There are four groups for the investment duration categorical variable. These durations are 0-1 year, 1-5 years, 6-10 years, and 11 and more (11+). Nine of the hypotheses are accepted for this categorical variable. It is found that shortest duration (0-1 year) is important for the investors for all of the financial behavior factors. Besides, it is found that mean rank values decrease as the duration increase.

Table 11: The Test of Hypotheses Related with Follow-Up Level Categorical Variable

Financial Behavior Variable	Significance Level
Over Confidence1	.002
Over Confidence2	.02
Conservatism1	.016
Mental Accounting	.000
Over Reaction	.001
Availability Heuristics	.023

There are four groups for the follow-up categorical variable. These groups are daily, weekly, monthly and yearly. Five of the hypotheses are accepted for this categorical variable. The highest mean rank value for all of the five financial behavior factors is the yearly category. Besides, the mean rank value increases from daily to yearly.

Table 12: The Test of Hypotheses Related with Information Source Categorical Variable

Financial Behavior Variable	Significance Level
Over Confidence1	.001
Herding	.007
Conservatism1	.016
Mental Accounting	.000
Anchoring1	.009

There are five groups for the information source categorical variable. These groups are friends, family, news papers, internet, and television. Five of the hypotheses are accepted among eleven hypotheses as can be seen in table 12. Friends is the most important information source in terms of herding, conservatism1 and mental accounting financial behavior factors. Family is the most important information source in terms of over confidence1 financial behavior factor. Internet is the most important information source in terms of anchoring1.

Table 13: The Test of Hypotheses Related with Following Economy and Finance News Categorical Variable

Financial Behavior Variable	Significance Level
Over Confidence1	.007
Over Confidence2	.000
Conservatism1	.000
Mental Accounting	.000
Anchoring2	.000
Availability Heuristics	.000

There are two groups for the economy and finance news categorical variable. These groups are “yes” and “no”. Five of the hypotheses are accepted and six hypotheses are rejected for this categorical varaible. The mean rank value of “no” cateogry for all of the accepted hypotheses are higher than the “yes” category. In other words, most of the gold investors do not follow the economy and finance news related with the five financial behavior factors.

Table 14: The Test of Hypotheses Related with Holding Period of Investment Categorical Variable

Financial Behavior Variable	Significance Level
Confirmatory Bias	.001

There are six groups for the economy and finance news categorical variable. These groups are “as long as I need to hold it”, weekly, monthly, 1-3 years, 4-7 years, and 8 and more (8+). Only one hypotheses is accepted among eleven hypotheses as can be seen in table 14. Weekly is the highest mean rank value with 269,79 for the confirmatory bias financial behavior factor.

Table 15: The Test of Hypotheses Related with Constant Gold Investing Categorical Variable

Financial Behavior Variable	Significance Level
Over Confidence2	.001
Prospect Theory	.000
Regret Avoidance	.000
Herding	.000
Conservatism1	.000
Mental Accounting	.000
Confirmatory Bias	.017
Conservatism2	.045
Anchoring2	.008
Availability Heuristics	.000

There are two groups for the constant gold investing categorical variable. These groups are “yes” and “no”. Ten out of eleven hypotheses are accepted for this categorical variable. The category “no” is higher than the “yes” category in all of these financial behavior variables.

Table 16: The Test of Hypotheses Related with Awareness About Gold Account Categorical Variable

Financial Behavior Variable	Significance Level
Over Confidence1	.001
Over Confidence2	.003
Conservatism1	.014
Mental Accounting	.001
Sunk Cost Fallacy	.001
Availability Heuristics	.000

There are two groups for the awareness about gold account categorical variable. These groups are “yes” and “no”. Five out of eleven hypotheses are accepted for this categorical variable. The category “no” is higher than the “yes” category in all of these financial behavior variables.

Table 17: The Test of Hypotheses Related with Gold Investment Channel Categorical Variable

Financial Behavior Variable	Significance Level
Over Confidence1	.015
Mental Accounting	.002
Sunk Cost Fallacy	.015
Anchoring1	.02
Anchoring2	.003
Availability Heuristics	.004

There are three groups for the gold investment channel categorical variable. These groups are jewelry store, bank and gold based stocks. Five out of eleven hypotheses are accepted for this categorical variable. Jewelry store is the most important gold investment channel related with over confidence1, mental accounting and anchoring2 financial behavior factors. Bank is the most important gold investment channel related with sunk cost fallacy, anchoring1, and availability heuristics financial behavior factors.

Table 18: The Test of Hypotheses Related with Reason of Gold Investment Categorical Variable

Financial Behavior Variable	Significance Level
Conservatism2	.043

There are four groups for the reason of gold investment categorical variable. These groups are “to generate a revenue”, “to protect the value of money”, “since you don’t lose by investing to gold”, and “it is an instrument to save money in the long term”. As can be seen in table 18, only one hypthesis is accepted for this categorical variable. The category “since you don’t lose by investing to gold” has the highest mean value among four categories for this financial behavior factors.

Table 19: The Frequencies of Financial Behavior Factors in Terms of Categorical Variables

Financial Behavior Variable	Frequency
Mental Accounting	%70,59
Over Confidence1	%64,71
Conservatism1	%58,82
Availability Heuristics	%58,82
Over Confidence2	%52,94
Regret Avoidance	%47,06
Sunk Cost Fallacy	%47,06
Anchoring2	%35,29
Confirmatory Bias	%35,29
Herding	%29,41
Conservatism2	%29,41
Prospect Theory	%23,53
Anchoring1	%17,65
Over Reaction	%17,65

As can be seen in table 19, four of the financial behavior factors appeared in more than %50 of the categorical variables significantly. These four variables are mental accounting, over confidence, conservatism, and availability heuristics. Mental accounting has the highest frequency and over reaction has the lowest frequency among eleven financial behavior factors.

4. CONCLUSION

Gold is an important financial instrument in today’s world. The concept of financial behavior has become one of the important topics that has an impact on the process of individuals’ financial decisions recently. Most of the studies based on financial behavior factors are about investing in shares. Financial behavior factors that have effect in the investment of gold are examined in this study. Eleven hypotheses are formed based on financial behavior factors in this regard. As a result, this study showed that investors in Turkey are affected by the financial behavior factors during their investment decisions in gold. Ten out of eleven hypotheses are confirmed in terms of “constant gold investing” categorical variable. Nine out of eleven hypotheses are confirmed in terms of “gender”, “constant investment” and “investment duration”. In other words, most of the eleven hypotheses are confirmed in these four categorical variables.

The findings of the study can be summarized as follow: Women are more affected from financial behavior factors than men. The age groups 61+ and 15-20 are the most affected groups out of ten age groups. This means that old and young people are more affected from financial behavior factors. The income level of 0-500 is the most affected group among six income groups. This finding shows us that low level income group is the most affected group among other groups. The other interesting finding of the study is that that people do not make investment to gold constantly. People invest to gold either to protect their family and themselves or to use their money in a better way. Forex category has the highest rank among eight categories and it is followed by bonds for some of the financial behavior factors and digital currency for the others. It is found that investors prefer not to take risks. This result is parallel to the theory, which says that investors are generally risk averse. Besides, this finding shows us that risk averse people are more affected from financial behavior factors than

risk takers. It is found that shortest duration (0-1 year) is important for the investors for all of the financial behavior factors. Besides, it is found that mean rank values decrease as the duration increase. This means that gold investors do not want to take maturity risk. The highest mean rank value for all of the five financial behavior factors is the yearly category. Besides, the mean rank value increases from daily to yearly. This finding shows us that gold investors prefer to follow-up their investments on a yearly basis or a long time period. Friends, family and internet are the most important information sources for gold investment. The other interesting finding of the study is that most of the gold investors do not follow the economy and finance news related with the five financial behavior factors. When these five financial behavior factors are examined, this finding is logical. For example, an investor with an over confidence will not follow the economy and finance news. This may be also true for a conservative investor. If you take an advice from your friends and family when you make an investment to gold, economy and finance news may not be important for an investor. The other finding of the study is that investors do not prefer to make gold investment constantly. An interesting finding of the study is that most of investors are not aware of the gold account. Finally, jewelry stores and banks are the most important channels for the gold investors.

References

Barberis, N.,(2007). Prospect Theory Applications in Finance.

http://faculty.som.yale.edu/nicholasbarberis/berkeley_2011b.pdf, (Erişim Tarihi: 21.05.2018).

Bernsteın, P. L. (2012). The Power of Gold: The History of an Obsession DOI: 10.2307/4140961

Böyükaslan, A. (2012). Bireysel Yatırımcıları Finansal Yatırım Kararına Yönlendiren Faktörlerin Davranışsal Finans Açısından İncelenmesi: Afyonkarahisar Örneği. MasterThesis, Afyon Kocatepe University, Social Sciences Institute.

Döm, S. (2003). Yatırımcı Psikolojisi. Değişim Yayınları, İstanbul.

Greenwald, A. G. (1980). The Totalitarian Ego. American Psychologist, 35(7), 603-618.

Güvenç, M. (2006). Altın Piyasasında Arz Talep ve Aktörler, Istanbul Gold Exchange Issue, 16, Istanbul.

Kahneman, D. and Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. Econometrica, 47(2), 263-291.

Kaplan, K. (2003). Türkiye'de Kuyumculuk ve Altı. Istanbul Chamber of Commerce Issue, Istanbul.

Kandır, S. Y. (2006). Türkiye'de Yatırımcı Duyarlılığının Hisse Senedi Getirileri Üzerindeki Etkisi.PhD. Thesis, Çukurova University, Social Sciences Institute.

Pompian, M. M. (2006). Behavioral Finance and Wealth Management: How To Build Optimal Portfolios That Account For Investor Biases, John Wiley and Sons Publication. New Jersey.

Statman, M. (2002). Lottery Players and Stock Traders. Financial Analyst Journal, 58(1), 14-21.

Yörükoğlu, A. (2007). Davranışsal Finans. Master Thesis, Marmara University, Institute of Banking and Insurance.

Thaler, R. (1999). Mental Accounting Matters. Journal of Behavioral Decison Making, 12, 183-206.

Tilbe, F. (2010). Bir Yatırım Aracı Olarak Altın ve İstanbul Altın Borsasının Finans Faktörü Bağlamında İrdelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk University, Social Sciences Institute.

Kırsal Kalkınmada Sosyal Ormancılığın Rolü

Öğr. Gör. Şeyma YETİŞ[1]

[1]Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / Andırın Meslek Yüksekokulu, seymayetis@gmail.com

Özet: Ormancılık çok çeşitli işlevi olan orman kaynaklarından topluma, ulusal ekonomiye sürdürülebilir biçimde, çeşitli özellikte ürün ve hizmet üreten, bunları gerçekleştirme sürecinde kendine özgü disiplinlerden ve tekniklerden yararlanan, üretim sürecinde birbirinden farklı yönetim biçimlerini yapısında toplayan bir etkinlikler bütünüdür. Kuruluşundan bu yana sosyal değerlerin değişmesine tepki olarak kademeli bir şekilde gelişmiş ve ilerlemiştir. 1970'lerin sonlarına gelindiğinde ise ormancılığa "sosyal ormancılık" adı altında yeni bir konsept oluşmuştur. Sosyal ormancılığın doğuşu ve gelişimi dünya ormancılığında geniş yankı uyandıran bir ormancılık anlayışıdır. Bu anlayış orman içi ve kenarı köylerde yaşayanlar başta olmak üzere, kırsal alanlarda marjinal yaşam koşullarında yaşayan nüfusun yaşam düzeyini yükselterek orman kaynaklarıyla olan ilişkilerini düzenlemeyi amaç edinmektedir. Bu amaç kırsal kalkınma olgusunun temelini oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı, sosyal ormancılık kavramının ortaya çıkmasının gerçekten de ormancılıkta köklü bir değişim yaratıp yaratmadığı konusunu açıklığa kavuşturmasına katkıda bulunmak ve kırsal kalkınmada sosyal ormancılığın rolünü ortaya çıkarmaktır. Bu amaçla çalışma kırsal kalkınmada sosyal ormancılığın rolüne ışık tutmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ormancılık, Kırsal alan, Kırsal kalkınma, Sosyal ormancılık

1. GİRİŞ

Kırsal kalkınma kavramı ve kırsal kalkınma politikaları 19. yüzyılın başlarında ortaya çıkmış ve uluslararası alanlarda yapılan gelişmelere bağlı olarak pek çok değişikliğe uğrayarak günümüze kadar uzanmıştır. Kırsal kalkınma, kentlere oranla sosyo-ekonomik ve kültürel açıdan geri kalmış olan kırsal alanlarda görülen, mevcut olan sorunları çözmeyi ve kırsal alanlar ile buralarda yaşayan halkı kalkındırmayı amaç edinme sürecidir. Bu sürecin amacı ise kırsal alanların daha yaşanabilir ve daha çok yaşama isteği uyandıran alanlar haline getirmek ve kırsalda yaşayan insanların hayatlarının daha iyi koşullarda olmasının sağlanmasının yanında, mümkün olabilecek en iyi fırsatların insanlara sağlanma sürecini kapsamaktadır.

Kırsal bölgelerde yaşayan insanlar çoğunlukla tarım, hayvancılık, ormancılık ve el sanatları gibi uğraşlarla geçimlerini sağlamaktadır. Özellikle ülkemizde zengin bir biyolojik çeşitliliğe sahip olan ormanlarımızın içinde ya da bitişiğinde yaklaşık 8 milyon orman köylüsünün yaşaması kırsal alanlarda sosyal ormancılığı ve orman koruma faaliyetlerinin rolünü önemli bir biçimde artırmaktadır. Fakat kırsal alanda yaşayan insanların kırsal yörelerdeki kaynakları etkin ve verimli bir şekilde kullandığı söylenememektedir.

Kırsal yörede yaşayan insanların kullanabilecekleri kaynaklar denilince; tarım alanları, meralar, ormanlar ve su kaynakları ilk akla gelen kaynaklar olmaktadır. Kırsal yörelerde yaşayan insanlar, kurdukları üretim düzeni içerisinde, bu kaynakları kullanmaktadır. Orman kaynakları, kırsal yörede bulunan diğer kaynaklar gibi, verimli kullanılması gereken en önemli kaynakları oluşturmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde, kırsal nüfusun oldukça büyük bir kısmının orman kaynaklarına bağımlı bir şekilde yaşaması, bu kaynağın kırsal kalkınma çalışmalarında önemli bir yerinin olduğunu ortaya koymuştur. Öte yandan orman kaynakları, bu kaynağa sahip olan ülke için taşıdığı önem kadar, bozulan dünya dengesi ve artan çevre sorunları nedeniyle stratejik bir kaynak konumuna gelmiştir. Doğal dengenin bozulmasını ve ormanların azalmasını geç de olsa fark eden ülkeler, hükümet programlarında bu sorunların çözümünü sağlayacak çalışmalara yer vermeye ve özellikle ormancılık politikalarını yeniden gözden geçirmeye başlamışlardır. Günümüzde orman kaynakları, ülke ve sınır tanımaz bir kaynak konumuna gelmiştir. Bu gerekçe ile uluslararası alanda faaliyet gösteren birçok resmi ve gönüllü kuruluş, orman kaynaklarının azalması ve çevre bozulmasının önüne geçilmesi için, çeşitli çalışmalar yapmaya başlamışlar ve bu çalışmaları çeşitli programlar ve projeler altında çeşitli ülkelerde yaygınlaştırmışlardır. Ülke kalkınmasıyla bağlantılı olarak, kırsal kalkınma alanında değişik ad ve farklı yaklaşımlarla, çeşitli ülkelerde yapılan ve yaygınlaşan bu uygulamalar genelde sosyal ormancılık (social forestry) terimi ile adlandırılmaktadır (Arnold 1991).

Son yirmi yıl içerisinde az gelişmiş ülkeler ormancılığında büyük popülarite kazanmış olan sosyal ormancılık; kavram olarak ülkemiz ormancılığına 1986 yılında girmiş ve ormancılık literatüründe çoğunlukla tercüme ağırlıklı makaleler ile irdelenmeye başlanmıştır. Bu ifadeler doğrultusunda, kırsal kesimin daha iyi gelişebilmesinde ve ilerleyebilmesinde sosyal ormancılık çok büyük bir misyon üstlenmektedir. Bu çalışmanın amacı ise kırsal

kalkınmada sosyal ormancılığın rolünü ve önemini ortaya koymak ve sosyal ormancılık-kırsal kalkınma entegre ilişkisini irdelemektir.

2. KIRSAL KALKINMA

Kırsal kalkınma, temelinde, kent-kır arasındaki sosyo-kültürel ve ekonomik farklılıkların optimum bir dengeye kavuşturulmasını, kırsal nüfusu yerinde kalkındırmayı, diğer bir ifadeyle, göç ve istihdam sorunlarını yerinde çözmeyi amaçlayan politik bir tercihtir. İlk kez Birleşmiş Milletler Örgütü tarafından yapılan "toplum kalkınması" tanımı "kırsal kalkınma" olarak ifade edilmektedir. Bu ifadeye göre kırsal kalkınma, "küçük toplulukların içinde bulundukları ekonomik, toplumsal ve kültürel koşulları iyileştirmek amacıyla giriştikleri çabaların devletin bu konudaki çabalarıyla birleştirilmesi, bu toplulukların ulusun tümüyle kaynaştırılması ve ulusal kalınma çabalarına tam biçimde katkıda bulunmalarının sağlanması sürecidir. Birleşmiş Milletler Örgütü, Dünya Bankası, OECD ve DPT tarafından yapılan tanımlardan da esinlenerek şu tanım yapılabilmektedir: Kırsal kalkınma, "kırsal alanda yaşayan ve geçimini tarım sektöründe veya benzer kırsal mesleklerden sağlayan birey ve toplulukların insanca yaşam koşullarına kavuşturulması için önce bir gereksinim duygusu yaratmak, sonrada bu duygu yönünde çaba harcamaları için onlara maddi ve manevi açıdan tüm yardımların yapılması ile demokratik yoldan bu toplulukların kalkınmalarını sağlama savaşıdır" (Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, 2004).

Kalkınma planlarında kırsal kalkınma; "Toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel koşullarını geliştirmek, toplulukları ulusun bütünü ile kaynaştırmak ve ulusal kalkınmaya tam olarak katılmalarını sağlamak amacıyla halkın çabalarını devletin çabaları ile birleştirme süreci" olarak tanımlanmıştır. Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi Raporunda kırsal kalkınma; "temelde yerel potansiyel kaynakların değerlendirilmesini, doğal ve kültürel varlıkların korunmasını esas alarak, kırsal toplumun iş ve yaşam koşullarının kentsel alanlarla uyumlu olarak yerinde geliştirilmesi ve sürdürülebilir kılınması" olarak tanımlanmaktadır (Eraktan, 1985: 6).

Kırsal kalkınma kırsal alanların nüfusun yoğun olarak yaşadığı kentsel alanlara göre ekonomik, kültürel ve sosyal açıdan geri kalmış olması nedeniyle kırsal alanda yaşayan bireylerin yaşam standartlarının yükseltilmesi amacıyla gerçekleştirilen ekonomik, kültürel ve sosyal yapı dönüşümüdür (Uzunpınar, 2008: 11).

Geray'a (1999) göre; "Kırsal kesimin gelişmesi, kırsal toplulukların içinde bulunduğu toplumsal, ekonomik, ekinsel koşullardan bağımsız olarak ele alınamaz. Çünkü kırsal gelişmenin ana amacı, kırsal alanda yaşayan bireylerin oluşturduğu yerel toplumların yapısal özelliklerini göz önünde bulundurarak onların karşı karşıya bulundukları sorunları çözmek, duyumsadıkları temel ve uygarca gereksinmelerini karşılamak yoluyla, köylünün refah ve gelir düzeyini yükselterek, emeğinin hakkını, ürününün değerini almasını sağlayarak kırsal alanda beklenen ekonomik gelişmeyi ve toplumsal değişmeyi gerçekleştirmektir" diye ifade etmiştir (Geray, 1999:244-257). Dolayısıyla, kırsal kalkınma kavramı; kırsal nüfusun sosyal, kültürel ve ekonomik altyapısının, sürdürülebilirlik ilkesi ölçüt olmak üzere değerlendirilerek, yere özgü potansiyel ve dinamikler eşliğinde ekonomik refah ve sosyal yaşam kalitesinin yükseltilmesine yönelik mekânsal, sosyal–kültürel, ekonomik, kurumsal, ekolojik bileşenlere dayanan çok yönlü stratejiler olarak ifade edilebilir.

Devlet Planlama Teşkilatı (2006)'na göre kırsal kalkınma; kırsal alanda sürdürülebilir doğal kaynak kullanımını esas alarak, bir taraftan kırsal kesimin gelir düzeyinin ve yaşam kalitesinin yükseltilmesi yoluyla gelişmişlik farklarının azaltılmasını amaçlayan, diğer taraftan çevresel ve kültürel değerlerin korunmasını ve geliştirilmesini gözeten, yerelde farklılaşan sosyal, kültürel ve ekonomik özellikleri, ihtiyaçları, potansiyelleri ve dinamikleri dikkate alarak çok sektörlü yaklaşımla planlanan faaliyetler bütünü olarak ifade edilmektedir (DPT, 2006: 11).

Devlet Planlama Teşkilatı'nın (DPT) Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Kırsal Kalkınma Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nda kırsal alan özellikleri ise şöyle ifade edilmektedir:

- Kentsel yerleşimler dışında kalan yerler olan kırsal alanlarda iktisadi faaliyetler ve yaşam alanı büyük bir oranda tarımsal üretime, doğal kaynakların kullanımına ve kıymetlendirilmesine bağlıdır,
- Sosyo-ekonomik gelişme süreci nispi olarak yavaş ilerlemektedir,
- Teknolojik gelişmenin yaşama ve üretime yansımasının gecikmeli olduğu bir yapı hâkimdir,
- Yaşam tarzını ve normlarını belirleyen geleneklerdir. Sosyal yaşamda birebir insan ilişkileri daha yaygındır (DPT ÖİK Raporu, 2000: 2).

Bu yaklaşımlar çerçevesinde, kırsal kalkınma için birbirini niteleyen çeşitli tanımlar yapmak mümkündür: Kısaca, kırsal kalkınma;

- Ekonomik, toplumsal ve kültürel boyutları bulunan bir süreçtir.
- Evrensel ölçütler, eşitlik ve denge (adalet) ilkeleri ile geliştirilmiş kırsal yaşam düzeyidir.
- Kırsal toplumun ülke gelişmişliği ve refahından, yerinde kalkınarak pay almasıdır.
- Kırsal emeğin üretken olduğu ve haklarını aldığı bir istihdam biçimidir.
- Kaynaklara daha iyi ulaşım, refah ve gelirin dengeli paylaşılarak geliştirilen yaşam düzeyidir.
- Kırsal alanda yoksulluğun ve kötü beslenmenin yok edilmesidir.
- Kırsal toplum yaşamının modernizasyonudur.
- Kent/kır ayrışımının azaltılmasıdır.
- Kırsal sayılan ortamların ekonomik kalkınmasıdır (DPT ÖİK Raporu, 2000:3).

Tanımlamalar yapılırken amaç kırsal alanda yürütülecek olan kalkınma çalışmalarının yapılacağı yerleşim yerlerinin saptanmasıdır. Bu tür çalışmalar sonucunda üreticilerin gelirlerinin artırılması ve tarımsal üretimin milli ekonomiye daha çok katkıda bulunması hedeflenmektedir. Yapılacak çalışmalar sonucunda kırsal alanda bireylerin gelir düzeyleri iyileştirilecek, sosyo-ekonomik altyapının düzenlenmesiyle de kırsal alandaki nüfusun hayat ve çalışma koşulları iyileştirilecektir.

Kırsal kalkınma için önemli bir önemli nokta ise dengeli bir kalkınmadır. Carter ve arkadaşları (1977)'nın yapmış olduğu çalışmaya göre dengeli kırsal kalkınma üç yolla sağlanmaktadır;

- Kırsal kalkınma mümkün olan "en iyi yaşamı" sağlamalıdır. Kırsaldaki insan eğitim, istihdam olanakları, kaliteli sağlık ve kamusal güvenlik sisteminden yararlanabilmelidir.
- Kırsal kalkınmanın olabilecek en fazla sayıda insana yansıması, onları kapsaması gerekmektedir. Bu da eşit kırsal kalkınma anlamına gelmektedir. Kırsal kalkınma sadece sağlık, eğitim, barınma gibi ihtiyaçların karşılanmasını içermez aynı zamanda ne kadar çok insanın bu hizmetlerden yararlandığını da kapsamaktadır.
- Kırsal kalkınma doğal kaynakların dengeli gelişmesiyle de ilgilidir. Doğal kaynakların göz ardı edildiği kalkınma düşünülemez (Carter vd., 1977:6-16).

Kırsal kalkınmanın amacı ise; kırsal alanda yaşayan bireylerin oluşturduğu yerel toplulukların yapısal özelliklerini dikkate alarak onların karşı karşıya bulundukları sorunları çözmek, ihtiyaç duydukları temel ve çağdaş ihtiyaçları karşılamak, köylünün refah ve gelir düzeyini yükselterek, emeğinin hakkını, ürününün değerini almasını sağlayarak kırsal alanda beklenen ekonomik gelişmeyi ve toplumsal değişmeyi gerçekleştirmektir (Çeken vd., 2007: 3).

Kısaca, kırsal alanların varlığının devam ettirilmesi, kır ile kent arasındaki farklılıkların azaltılması, doğal kaynak potansiyellerinden çevreye duyarlı bir biçimde yararlanmanın geliştirilmesi, sivil toplum örgütleri ve yerel yönetimlerin katılım ve katkılarının artırılması, kentli kesime göre ekonomik ve sosyal alanları kısıtlı olan ve esas olarak gelirinin büyük kısmını tarımdan ve tarıma dayalı faaliyetlerden sağlayan kırsal toplumun yaşam standardının iyileştirilmesi için entegre sürdürülebilir bir kırsal yaşam sağlanmalı ve kırsal kalkınma hedeflerine ulaşılabilmelidir.

3. SOSYAL ORMANCILIK

Sosyal ormancılığın orman kaynaklarının sürekli kullanımını mümkün kılan bir strateji olarak ortaya çıkışı, 1950'lerin ve 1960'ların endüstriyel gelişme üzerinde yoğunlaşan kalkınma stratejilerinin, kırsal kalkınmaya gereken önemi vermemeleri ve kırsal kesimde yaşayan yoksulların temel gereksinimlerini karşılamamaları nedeniyle eleştirilmeye başlandığı, 1970'lerde gerçekleşmiştir. Önde gelen kalkınma stratejilerinin hedef ve sonuçlarına yönelik bu eleştirel sorgulama, kalkınma faaliyetlerini destekleyen kaynakların kullanımının sürekli olmadığı ve gelecek kuşakların geçimlerine zarar verebileceği yönünde giderek artan kaygılar nedeni ile daha da güçlenmiştir (Arnold, 1992: 15-31).

Sosyal ormancılığın gelişimine öncülük eden önemli olaylar şu şekilde sıralanmıştır:

1970'li yılların ortalarında;

- Enerji temini ve kullanımında yaşanılan krizler ve Sri Lanka *(Seylan)* 'daki kuraklık, tüm dünya insanlarının orman kaynaklarına son derece bağlı olduğunu ortaya koymuştur.
- Afrika 'da kuraklığın yaygınlaşması, Asya 'da taşkın ve sel felaketlerinin artışı, ormansızlaşma çevre bozulmasının ulaştığı korkunç boyutu gözler önüne sermiştir.
- Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Teşkilatı (Food and Agrıculture Organization, FAO) ve İsveç Uluslararası Kalkınma Kurumu (Swedish International Development Authority, SIDA); "Ormancılık ve Kırsal Kalkınma" konulu bir toplantı düzenlemiş ve çeşitli ülkelerde sosyal ormancılık adı altında yapılan ilk uygulama örneklerinin uzman kişiler tarafından tartışılmasını sağlamışlardır.

1970'li yılların sonlarında;

- Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Teşkilatı "Kırsal Halk İçin Ormanlar" programını (Forests for Local Community Development, FLCD) uygulamaya koymuştur.
- Sosyal ormancılığın teknik çerçevesi ile ilgili konularda hizmet veren bir kurum olan "Uluslararası Agroforestry Araştırmaları Konseyi" nin (International Council for Research in Agroforestry, ICRAF) kuruluşu Kenya 'da gerçekleşmiştir.
- 1978 yılında yapılan "Dünya Ormancılık Kongresi" (World Forestry Congress) sosyal ormancılık ile ilgili gelişmeleri dikkat çekmiş ve "Ormanlar İnsanlar İçindir" prensibini benimsemiştir.
- 1979 yılında, FAO Teşkilatı 'nın uluslararası bir konferansı "Tarımsal Reform ve Kırsal Kalkınma" konusu üzerine yapılmıştır.

1980'li yılların başlarında;

- 1981 yılında FAO Teşkilatı tarafından "Yeni ve Yenilenebilir Enerji Kaynakları" (New and Renewable Sources of Energy) konusu üzerine bir konferans yapılmış ve enerji sağlanan doğal kaynaklar içerisinde, orman kaynaklarının yeri ve önemine dikkat çekilmiştir.
- İlk sosyal ormancılık projeleri, kırsal yörede yaşayan insanlara, ağaçlandırma çalışmaları ile yeni geçim kaynakları yaratılması hedefi dikkate alınarak uygulanmaya başlanmıştır.

1980'li yılların sonlarında ise;

- Uygulanan ilk sosyal ormancılık projeleri ve yapılan ilk araştırmalar; kırsal yörede yaşayan insanların, istihdam ve diğer faydalar açısından ağaç ve orman kaynaklarına son derece bağımlı olduklarını ortaya koymuştur.
- Daha sonra ele alınan sosyal ormancılık projeleri; orman ve diğer doğal kaynakların işletilmesinde, kırsal yörede yaşayan insanların taleplerinin dikkate alınması gerektiğini ve ağaçların tarımsal üretim sistemi içerisinde, çok yönlü fonksiyonlarının bulunduğu belirtilmiştir.
- Sosyal ormancılık uygulamalarının, kırsal yörede faaliyet gösteren kuruluşlar ve orman köylüleriyle birlikte yürütülmesi gerektiği vurgulanmıştır (Arnold, 1991: 41 ; Viriyasakultorn, 1993: 38).

Yukarıda belirtilmiş olan ifadeler dünya ölçeğinde sosyal ormancılık anlayışının oluşumuna öncülük etmiş olan olaylardır.

"Sosyal Ormancılık" kavram olarak ise ilk defa 1968'de Delhi'de düzenlenen 9. Milletler Topluluğu Ormancılık Kongresinde Mr. Westoby tarafından kullanılmıştır. Mr. Westoby'e göre sosyal ormancılık; toplum için sürekli olarak koruma ve rekreasyon faydaları sağlamayı amaçlayan bir ormancılıktır (Negi, 1986).

Nepal'de sosyal ormancılığın evrimi, 1970'lerin sonuna kadar uzanmaktadır ve ilk olarak orman kaynaklarının yönetimini iyileştirmek, merkezi orman politikası uygulayan ülkelerle ilgili kaygı uyandıran çevresel konulara değinmek amacıyla başlatılmıştır.

Geçtiğimiz yirmi yıl içerisinde, sosyal ormancılık, gelişmekte olan birçok ülkede başarılı bir şekilde uygulanmış ve ana amacı yerel orman toplulukları ve orman koruma alanlarına karşı kırsal yoksulluğun azaltılmasını sağlamaktır. "Sosyal ormancılık" terimi "toplum ormancılığı" ve "yerel toplum gelişimi için ormancılık" ile

birbirleri yerine kullanılmaktadır (FAO, 1978). FAO 1978 yılında yeni modeller kapsamında yaptığı bir tanımda sosyal ormancılığını; "bir ormancılık faaliyetinde; şartlar ne olursa olsun, faaliyetlerin bütün safhalarında mahalli halk katılımını çalışma kapsamına alan bir ormancılık yaklaşımı" şeklinde tanımlamaktır.

Sosyal ormancılığın ortaya atılmasının öncülerinden biri olan Pardo (1985)'de yapmış olduğu tanıma göre; "Ormancılıkta ve ağaç yetiştirmede mahalli halkın katılımını sağlayan ve mahalli halka, faaliyetlerde sorumluluk veren, kendi gayret ve çabaları karşılığında öncelikle bu insanlara fayda sağlamayı hedef ve ilke olarak kabul eden bir ormancılık yönetim stratejisidir" diye ifade etmiştir (Pardo, 1985: 733-741). Bu yaklaşım sosyal ormancılığın, kırsal nüfusun ormana bağlı çeşitli ihtiyaçlarının karşılanmasında ve sağlanan faydanın dağılımında eşitliğe özel bir önem veren ormancılık stratejisinin olduğunu, kişilerin ve mahalli organizasyonlarının orman kaynaklarının yönetilmesinde aktif bir role sahip olmaları ilkesini gerekli kılan, toplumsal amaçlara hizmet eden bir ormancılık yaklaşımını ifade etmektedir. Sosyal ormancılığın esas politikasını oluşturan ve kırsal kalkınmada ormancılığın önemini ortaya koyan çeşitli yaklaşımların ancak 1970'li yıllardan sonra gelişmeye başladığı görülmektedir. Bu yeni yaklaşım ulusal ve uluslararası uygulama alanlarında çeşitli gelişmelere bağlı olarak pek çok değişikliğe uğrayarak günümüze kadar ulaşmıştır.

Geray (1992) sosyal ormancılığı; "orman kaynaklarını fakir kırsal kesimi de dikkate alacak şekilde yönlendirmektir" şeklinde tanımlamıştır. Sosyal ormancılığı; sosyolojik, ekonomik, teknik ve biyolojik yanları olan çok disiplinli, fakat asıl olarak bağlayıcı özelliği reel gelir transfer etmek olan ve dolayısıyla da temel ağırlığı olmazsa olmaz koşulu sosyo-ekonomik olan ormancılık türü olduğunu belirtmiştir. Ayrıca sosyal ormancılığı tipik bir az gelişmiş ülke ya da yöre ormancılığı olduğunu da ifade etmektedir (Geray, 1992).

Sosyal ormancılığın amaçları ise şu şekilde sıralanabilir:

- Kırsal halkın, önemli ormancılık faaliyetlerinde ve orman ürünlerinin temin edilmesinde temel ihtiyaçlarını karşılayacak vasıtalar sağlamak,
- Kırsal yerleşimlerin kendi kendine yeterlilik düzeyini artırmak suretiyle orman kaynaklarının yönetiminde halk katılımını artırmak ve desteklemek,
- Ormansızlaşmayı azaltmak üzere marjinal ve bozuk alanların değerlendirilmesi için insan kaynaklarının kullanımını düzenlemek,
- İşlendirme, kurumlar tesis etmek ve ekonomik büyümeyi geliştirmek suretiyle kırsal halkın genel sosyo-ekonomik kalkınmasına katkıda bulunmak, desteklemek.
- Kırsal toplumlardaki geçimlik çiftçiler, arazisi olmayan aileler gibi fakir ve baskın olmayan grupların arzu ve ihtiyaçlarını belirlemek ve bu yönde uygulamalar gerçekleştirmek.
- Tabii kaynakların korunmasını desteklemektir (Düzgün, 1992:102).

Kısaca; sosyal ormancılık anlayışında, orman kaynaklarında yapılan üretimin sürdürülebilirliği esas önemli olan noktadır. Tek bir idare süresi ile değil, orman kaynaklarının temel bileşenlerine zarar vermeden süreklilik içinde üretim ve faydalanma temel amaçtır. Ana orman ürünleri birlikte geniş kullanım alanı olan ve özellikle kırsal yöre halkının çeşitli gereksinimlerini karşılayan orman ürünlerinin üretimine yer verilmektedir. Üretimde ürün çeşitliliği vardır. Ormancılık çalışmalarının yürütüldüğü alanlar, küçük ölçeklidir. Makro-planlamadan ziyade mikro-planlamaya önem verilmektedir. Ormancılık üretim süreci içinde yer alan ormancılık çalışmaları, belirli aşamalara ayrılmıştır. Ormancılık politikasının saptadığı hedeflere ulaşılırken, bu aşamalarda karşılaşılan darboğazlar aşılmaya ve sorunlar giderilmeye çalışılmaktadır. Ormancılık ile ilgili kararların alınmasında katılımcılık (participation) temel esastır. Katılımcı kişi ve kuruluşlar yerine göre; üniversiteler, meslek örgütleri, gönüllü kuruluşlar (NGO) ve orman köylüleri olabilmektedir (Tolunay, 1998: 32).

4. KIRSAL KALKINMA VE SOSYAL ORMANCILIK

Türkiye'de kırsal kalkınmaya yönelik yaklaşımlar Cumhuriyet'in kuruluşundan hemen sonra başlamıştır. Kırsal alanda bilgi ve teknolojinin yükselmesi ve tarımda makineleşmenin artması ile hızlı bir göç ve kentleşme süreci başlamıştır. Kır-kent arasındaki gelişmişlik farklılıklarından kaynaklanan göç ve hızlı kentleşme süreci başlamıştır. Kır- kent arasındaki gelişmişlik farklılıklarından kaynaklanan göç ve hızlı kentleşme süreci hem kırsal alanlarda hem de kentsel alanlarda sorunlar yaratmaya başlamıştır. Bundan dolayı da kırsal kalkınma alanındaki arayışlar da hızlanmaya başlamıştır (Gülçubuk vd., 2010)

Ülkemizde kırsal nüfusun önemli bir kısmını oluşturan orman köylülerinin kalkındırılması 6831 sayılı yasa ile 1956 yılında onaylanmıştır. Türkiye'de orman köylerinde yaşayan yaklaşık 7.1 milyon orman köylüsünün nüfusun yaklaşık %10'unu oluştururken orman köylülerinin yaşam standardı oldukça düşüktür. Bu durum orman kaynaklarına olan baskıyı artırırken, bir yandan da göç, terör gibi sosyal sorunlara sebep olmaktadır.

Kırsal kalkınmaya ve orman köylülerinin kalkındırılmasına gereken önemi vermek sosyal devletin asli görevlerinden birini oluşturmaktadır. Gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelere benzemeye çalışan diğer dünya ülkeleri, kalkınma politikaları oluşturarak, teknolojik olarak gelişmişliği sağlamaya çalışırken bir taraftan da nüfusunun büyük bir kısmını oluşturan kırsalda yaşayan insanların sorunlarını çözmek zorundadır (Özsan, 2011:1)

Ayrıca kırsal yörenin temel kaynaklarından birini oluşturan ormanlarımız kırsal yörelerde, özellikle orman köylerimizde yaşayan insanımızın temel ihtiyaçlarında önemli bir kaynak oluşturmaktadır. Orman kaynaklarımızın verimli kullanılması; kırsal kesimde yaşayan çoğunluğun kalkınma hızının artırılması ve gelir açığının azaltılmasında etkin rol oynamaktadır. Bu nedenle orman kaynakları artık tüm dünyayı ilgilendirir hale gelmiştir (Hopur, 2004).

Orman köylüsü hayatını devam ettirebilmek için ormandan menfi yönden yararlanmaktadır. Ormancılık politikaları ise bu zorunluluğu asgari düzeye çekip yararlanmanın ormanın sürdürülebilirliğine zarar vermesini engellemektir. Orman köylüsünün ormandan yararlanması sıfıra indirgenemez. Kırsal kesim halkının hayat standardını yükseltmeyi hedefleyen iç ve dış kaynaklı sosyal ormancılık projeleri uygulanmaktadır. Bu projelerin amacı ormana baskıyı azaltıcı etkiye sahip olan kabul edilebilir hayat standardı seviyesinin yakalanmasını sağlamaktır. Hayat standardı makul seviyeye yükselmiş bir kırsal kesim, kalkınma uğraşı içindeki ülkemizin bu amacına yönelik en büyük adımdır (Hopur, 2004: 25).

Ülkemizde sosyal ormancılık ise, diğer ormancılık dalları gibi gereken ilgiyi görmemiştir. Bu nedenle; sosyal ormancılığın geliştirilmesi için bu amaçla yapılan gerek dış destekli, gerekse iç destekli tüm projelerin ve uygulamaların bilimsel olarak araştırılarak, ülkeye uyumlu modellerin oluşturulması gerekmektedir. Ülkemizde kırsal kalkınma projelerinin çoğu ise ORKÖY kredileridir. Nitekim devlet toplumun ihtiyaç duyduğu alanlarda, toplumun veya halkın elinde yeterince kaynak yoksa kaynak aktarımı yoluyla ihtiyaç giderir. ORKÖY ise bu amacı sosyal krediler vererek orman köylüsünün ormana vereceği tahribatı azaltarak; ekonomik ve kooperatif krediler vererek ise orman köylülerimizin hayat standardını yükselterek kalkınmasını sağlayarak bu sayede orman köylüsünün ormana vereceği zararı azaltmayı amaçlamıştır.

Kırsal kalkınma, sosyal ormancılık faaliyetleri ile kabul edilebilir bir hıza kavuşabilir. Sosyal ormancılık faaliyetleri ile kalkındırılmış kırsal kesimlerin çoğalması ülke kalkınması açısından bir temel teşkil etmektedir. Kentlerin yalnız başına gelişmesi, ülkenin kalkınması ve gelişme seyrine girmesi için yeterli değildir. Kırsaldaki hayat standardı kabul edilebilir bir seviyede olmadıkça; kentlerin gelişmişliği, ülke kalkınmasını tek başına taşıyamamaktadır. Kırsal kalkınma çalışmaları, ormancılık uygulamaları içerisine yansımış şekli olan sosyal ormancılık uygulamaları şeklinde ortaya çıkmaktadır.

5. SONUÇ

Türkiye'nin hem tarihsel hem de günümüz kırsal kalkınma çalışmaları incelendiğinde, bu çalışmaların Cumhuriyetin kuruluşuna kadar geçmişe gittiği görülmektedir. Ulusal ölçekte bir kalkınma için kır ve kentin dengeli kalkınması gerekmekte buna paralel olarak da kırsal kalkınma önemini korumaktadır. Dengeli bir kalkınmanın sağlanması için ise;

- ✓ Kırsaldaki insan eğitim, istihdam olanakları, kaliteli sağlık ve kamusal güvenlik hizmetlerinden yararlanabilmelidir.
- ✓ Kırsal kalkınmanın olabilecek en fazla sayıda insana yansıması, onları kapsaması gerekmektedir. Kısaca eşit kırsal kalkınmanın olması gerekmektedir.
- ✓ Kırsal kalkınma doğal kaynakların dengeli gelişmesini kapsamalıdır.

Böylece kalkınma bir bütün olarak düşünülebilmekte dolayısıyla sosyo-kültürel değerlerin ekonomik kalkınmada dikkate alınması sonucu ortaya çıkmaktadır. Türkiye'de farklı bölgelerde kır ve kent arasındaki sosyo-ekonomik farklılıkların giderilmesi, altyapının iyileştirilmesi, yerel halkın gelirinin arttırılması ve yaşam düzeyinin yükseltilmesi amacıyla orman köylülerine çeşitli krediler verilmektedir. Orman köylülerinin yaşam standardını iyileştirmek amacıyla verilen bu köy kalkınma kredileri kırsal alanlarda marjinal yaşam koşullarında yaşayan

nüfusun yaşam düzeyini yükselterek orman kaynaklarıyla olan ilişkilerini düzenlemeyi amaç edinmektedir. Bu amaç ise kırsal kalkınma olgusunun temelini oluşturmaktadır.

Türkiye gibi orman alanları içerisinde orman kaynaklarına bağımlı olarak yaşam sürdüren bir kırsal nüfus bulunuyor olması, ülkemizde kırsal kalkınma kapsamında ormancılık kalkınmasını gerektiren uygulamaların olmasını kaçılmaz kılmaktadır. Yani ülke ormancılık örgütü var olan ormancılık uğraşlarıyla birlikte ormancılık kalkınmasını yapmak zorunda olacaktır. Bu sebeple ülke kalkınması ile bağlantılı olarak yapılan kırsal kalkınma çalışmalarının, ormancılık uygulamaları içerisine yansımış şekli olarak karşımıza çıkan sosyal ormancılık, kırsal kalkınmada önemli bir yere sahiptir.

Kısaca, herhangi bir ülkede; ülke nüfusunun büyük bir çoğunluğunun kırsal yörede yaşaması ve nüfusun büyük bir kısmı tarımsal üretimden gelir sağlıyor olması, kırsal nüfusun günlük geçimi kırsal yöre kaynaklarına tamamen bağımlılığı, kırsal yöre de altyapı olanakları yetersizliği, eğitim ve sağlık açısından ciddi sorunların varlığı, kırsal kalkınma gereğini ve sosyal ormancılığın rolünü ve önemini işaret etmektedir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde ise şu öneriler ortaya çıkmaktadır:

- Kırsal kalkınmada yoksulluğun azaltılmasının sağlanması ulusal bir sorun olup, çözüm için her şeyden önce politik idare, uygun ulusal politika ve modellerin geliştirilmesi, uygulamaların gerekli kurumsal ve finansal düzenlemelerle yeterli şekilde desteklenmesi gerekmektedir.
- Kırsal alanlardaki orman köylerinde en büyük sorun olan göç olgusu ve iş imkanı azlığını çözüme kavuşturabilmek amacıyla köylünün üretim ve rekabet gücünü destekleyici krediler verilmelidir.
- Sosyal ormancılık uygulamalarının eş zamanlı olarak, köy bazında ve bu uygulamalarda yer alan tüm kurum ve kuruluşlar devreye sokularak yapılması gerekmektedir.
- Kırsal kalkınma çalışmalarının ormancılık uygulamaları içerisine yayılmış olan sosyal ormancılık uygulamalarının tüm Türkiye'yi baz alacak şekilde değil, çözüm odaklı sorun analizi çalışmaları önceliği sırasına göre yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

Arnold, J. (1992). Policy issues related to the role of trees in rural income and welfare security. In: Gregersen H, Oram P and Pears J (eds) Priorities for Forestry and Agroforestry Policy Research: Report of an International Workshop, pp 15-31. IFPRI, Washington DC.

Arnold, J. E. M., (1991). Community Forestry: ten years in review, Forests, Trees and People (FTPP), Community Forestry Note: 7, FAO, Rome, Italy.

Carter, K. A., Klonglan, G. E., Fear, F. A., Warren, R. D., Marshall C. E., Ganey, R., F., Andersen, E. R. (1977). Social Indicators For Rural Development: Descriptive Social Reporting, Final Report, Department Of Agriculture, Washington, D.C., 6-16.

Çeken, Ç, Karadağ, L, Dalgın, T. (2007). Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm Ve Türkiye'ye Yönelik Teorik Bir Çalışma, Artvin Çoruh Üniversitesi.

Düzgün, M. (1992). Kırsal Kalkınmada Halk Katılımcı Sosyal Ormancılık Yaklaşımları, Ormancılık Araştırma Enstitüsü yayınları, Teknik Rapor Serisi No: 59, Ankara.

DPT (Devlet Planlama Teşkilatı) (2000). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Kırsal Kalkınma Özel İhtisas Komisyonu Raporu, DPT: 2522 - ÖİK: 538, Ankara.

DPT (2006). Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi.

Eraktan, G., Eraktan, S. (1985). 'Devlet Tarafından Köye Götürülen Hizmetler', Ankara Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Yayınları, Ankara. s.6

FAO, (1978). Forestry for Local Community Development, FAO Forestry Paper no:7 Rome, Italy.

Geray, U. (1992). Toplum ormancılığı, Türkiye'de uygun toplum ormancılığı modellerinin geliştirilmesi semineri tebliği. Amasya.

Geray, C. (1999). İşlendirme (İstihdam) Açısından Kırsal Gelişme Yöneltilerimiz. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi, 54 (2), 244-257.

Gülçubuk, B. ,Yıldırak, N. , Kızılaslan, N. , Özer, D. , Kan, M. , Kepoğlu A., (2010). "Kırsal Kalkınma Yaklaşımları ve Politika Değişimleri" Türkiye Ziraat Mühendisliği VII. Teknik Kongresi, Ankara: TMMOB, Ziraat Mühendisleri Odası.

Hopur, B. (2004). Dereli Köyü ve Mikrohavzasında Kırsal Kalkınma Araştırması ve Projeksiyonları. K.S.Ü. Yüksek Lisans Tezi.

Negi, S.S. (1986). A Handbook of Social Forestry, International Book Distributor, Dehradun, India.

Özsan, M. (2011). Beypazarı Orman Köylerinde Kırsal Kalkınma Araştırmaları. Yüksek Lisans Tezi.

Pardo, R. (1985). Forestry for people: Can it work? J. For. 83(12):733–741.

Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, (2004). II. Tarım Şurası Kırsal Kalkınma Politikaları Komisyon Raporu.

Tolunay, A. (1998). Sosyal Ormancılık ve Türkiye açısından önemi. Doktora Tezi.

Uzunpınar, Adnan (2008). "Katılım Öncesi AB Kırsal Kalkınma Politikası ve Türkiye'de Uygulanacak IPARD Programı Kapsamında Proje Hazırlama, Değerlendirme ve Seçim Süreci".s.11

Viriyasakultorn, V., 1993. Why Community Forestry ? : Issues in Community Forestry (Unpublicated A Lecture), Regional Community Forestry Training Center, Bangkok, Thailand.

Belediye Hizmetlerinden Memnuniyetin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Alan Araştırması: Kırklareli Örneği

Öğr. Gör. Uğur EYİDİKER[1] **Öğr. Gör. Emel Poyraz[2]**

[1]Kırklareli Üniversitesi , Babaeski MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü,ugur.eyidiker@klu.edu.tr

[2] Kırklareli Üniversitesi , Babaeski MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü,emel.poyraz@klu.edu.tr

Özet: Yerel yönetimler karar organları o coğrafi alan içinde yaşayan halk tarafından seçilen, ihtiyaç duyulan hizmetleri yerine getiren vatandaşa en yakın idarelerdir. Yerel yönetimler denilince akla gelen en önemli kamu tüzel kişilerinin başında belediyeler gelir. Belediyeler yerel, müşterek ihtiyaçların karşılanması bakımından önemli bir konuma sahiptirler. Belediyelerin ihtiyaçları karşılamak için yerine getirdiği hizmetler ülkeden ülkeye, şehirden şehre farklılık gösterebilmektedir. Ülkelerin tarihsel geçmişi, yönetim yapısı, gelişmişlik düzeyleri yerel yönetimlere bakış açıları bu farklılıkları ortaya çıkaran temel sebepler olabilmektedir. Belediyeler her yerde aynı hizmeti verseler bile yerel nüfusun ihtiyaçları, istekleri ve beklentileri farklılaşabilmektedir. Belediyelerin hizmet verdiği coğrafi alan, demografik yapı, vatandaşların eğitim düzeyleri, ekonomik farklılıklar hizmet algısını değiştirebilmektedir. Bu değişikliklere göre belediyeler hizmet kalitesini arttırarak yerel halkın ihtiyaçlarını karşılayıp vatandaşın memnuniyetini arttırabilmelidirler. Vatandaşların memnuniyetinin artması belediye yönetimine olan güvenin artmasına huzurlu bir toplumsal yaşamın sürmesine ve vatandaşın bağlılık duygusunun yükselmesine neden olabilmektedir.

Çalışma ile amaçlanan Kırklareli Belediyesi sınırları içinde yaşayan vatandaşların belediye hizmetlerinden memnuniyet durumunun ölçülebilmesidir. Bu durumun ölçülebilmesi için anket çalışması yapılıp veriler SPS programı ile analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Belediye, Hizmet, Vatandaş, Memnuniyet

A Field Research on Evaluating The Service Satisfaction From Municipal Services: The Case Study of Kırklareli Municipalty

Abstract: Decision-making bodies of local administrations are elected by the public who live in that geographical area. Besides, the local administrations are the institutions who are closest to the citizens for fulfilling the required services. The essential issue on the local administrations is the municipalities that are the most important public legal entities. Municipalities have a significant role in satisfying the local common requirements. Municipalities' services that supply the needs may vary between countries and cities. Historical background, management structure, development level and perspectives to the local methods of countries may be the main reasons that reveal those differences. The desire and expectations of the local population may become diversified even if the municipalities give the same service everywhere. The geographic area where the municipality service in, demographic structure, educational background of citizens and the differences in economic indicators can change the service perception. With reference to these changes, the municipalities should be able to increase the satisfaction of citizens by satisfying the needs of the local community. Increasing the satisfaction of citizens may cause increasing the trust in municipality management, surviving a peaceful life and also increasing the sense of belonging of the citizens.

The purpose of this study was to measure the satisfaction of citizens within the boundaries of Kırklareli Municipality. A questionnaire study was applied to measure the issue: the data were analyzed by SPSS.

Keywords: Municipality, Service, Citizen, Satisfaction

1.GİRİŞ

Günümüzde küreselleşme yönetim açısından incelendiğinde, ulus devlet yetkilerinin ulusüstü ya da ulus altı devri anlamına gelebilmektedir. Merkezcilikten yerellerde, yönetimden yönetişime ve modernizmden postmodernizme geçişin bir sembolü haline gelmiştir(Karakılçık, 2016: 239-240). Bu değişen anlayış devletlerin vatandaşların memnuniyetlerini arttırabilmek için verilen hizmetlerin merkez yerine vatandaşa en yakın yönetim olan yerel yönetimler tarafından verilmesinin gerekliliğini güçlendirmiştir. Merkezi yönetimlerin karmaşık ve ağır iş yükünün bir kısmını yerel yönetimlere bırakması hizmetlerin optimal olarak yerine getirilerek kaynak israfının da önüne geçebilmektedir. Merkezi yönetimler bazen siyasi, ekonomik, toplumsal, coğrafi, tarihi bazı nedenlerden dolayı yerel yönetimlerin çok fazla konuda karar verici konumda olmalarını istemeyebilirler. Bu durumda yerel hizmetlerin verilmesi konusunda tek söz sahibi olabilirler. Hizmetlerin verilmesinde kaynakların verimli kullanılması ve vatandaş memnuniyeti göz önüne alınmayabilir. Kaynak israfı,

hizmet kalitesinin düşüşü, isteklerin yok sayılması ekonomik sorunları ve toplumsal anomalileri beraberinde getirebilir. Yerel yönetimler vatandaşı bir ortak paydaş olarak yönetime katılmasını sağlayarak hem bu anomalileri orta kalkmasını sağlayabilir hem de kaynakların verimli kullanılmasını sağlayabilir. Anayasamıza göre yerinden yönetim ilkesi ile yönetilen üç yerel yönetim vardır. Bunlar il özel idaresi, belediye ve köydür. Bu üç yerel yönetim içinde verdiği hizmet alanında bulunan nüfus, sahip olduğu gelirler bakımından belediye en önemli yerel yönetim olarak gözlemlenebilmektedir. 3 Temmuz 2005 tarih ve 5393 sayılı Belediye Kanununa göre belde sakinlerinin mahalli müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan, idari ve mali özerkliğe sahip kamu tüzel kişisine belediye tanımlaması yapılmıştır (madde 3-a). Tanımadan da anlaşılabileceği gibi belediyeler vatandaşlar tarafından ihtiyaçların karşılanması için seçilen vatandaşa en yakın yönetimlerdir. Belediyeler İl özel idarelerinin aksine belirli bir coğrafi bölgenin değil, insanların topluca oturdukları, kendisine belde ismi verilen birbirlerine yakın evlerden oluşmuş belirli ve sınırlı yerleşim birimlerinin idari teşkilatıdır (Gözler ve Kaplan, 2016: 85).

Kurulmuş olan örgütlerin birçoğunun varoluş amacı hizmet vermek: halka, tüketiciye hizmet etmek olarak ifade edilebilir. İletişim yoluyla hizmetten faydalanacak kişilere yansıyan bu mesajlar hem kamu kuruluşları hem de özel sektörde yer alan işletmeler tarafından iletilmektedir. Günümüzde hemen hemen tüm kuruluşlar kendilerini birer hizmet örgütü olarak konumlandırmaktadırlar(Öztürk, 2013: 2). Hizmet ise insan ve makinelerin beraber ya da ayrı ayrı olarak insan çabalarıyla üretilen ve tüketicilere doğrudan fayda sağlayan fiziksel ürünler olarak tanımlanabilmektedir(Karahan, 2000: 21). Hizmetler özel sektör, kamu ve kamu- özel ortaklığı tarafından verilebilirler. Belediyeler birer kamu tüzel kişisi oldukları için verdikleri hizmetler kamu hizmeti niteliğindedir. Kamu hizmetleri milli kamu hizmetleri ve mahalli kamu hizmetleri olarak kurulurlar ve yerine getirilirler. Milli kamu hizmetleri bir kanunla yasama organı tarafından kurulabilirler. Mahalli kamu hizmetleri ise mahalli idarelerin yetkili organları tarafından kurulurlar. Yetkilerin paralelliği ilkesi gereği aksine bir hüküm yoksa kamu hizmetlerinin kaldırılışı da onları kuran makamlara aittir. Kamu hizmetlerinin ilkeleri şu şekilde sıralanabilir:

- **Devamlılık**: Kamu hizmetlerin sürekli ve kesintisiz olarak uygulanmasıdır. Kanunlar buna herhangi bir aksi düzenleme yapmadıysa kamu hizmetlerinde devamlılık esastır.
- **Değişebilirlilik**: Kamu hizmetlerinin değişen zamana, farklılaşan isteklere ve kamu çıkarlarına göre farklılaşarak verilebilmesidir.
- **Eşitlik**: Anayasadan da kaynaklanan eşitlik ilkesi gereği kamu hizmetleri karşısında gerçek ve tüzel tüm kişiler eşit olmalıdırlar. Eşit olarak faydalanma hakkına sahiptirler.
- **Tarafsızlık**: Tarafsızlık kişilere hak vermek yerine devlete görev yükler. Kamu hizmetleri verilirken kişiler arasında etnik köken, dinsel inanış, siyasal düşünceleri nedeniyle ayrım yapılmamasıdır.
- **Laiklik**: Bu ilke tarafsızlık ilkesi ile bağlantılıdır. Hizmeti veren ile alan kişilerin dini inanışları nedeniyle farklı uygulamaları ortadan kaldırmaya yöneliktir.
- **Kamu Hizmetlerinin Bedavalığı/Ücretliliği**: Kamu hizmetlerinin bazıları ücretsiz verilmesini bazılarının ise belli bir ücret karşısında verilmesini ifade eder. Zorunlu idari kamu hizmetlerinde bedava faydalanma söz konusu olabilirken sınaî ve ticari kamu hizmetlerinde ücret alınabilmesi mümkündür(Gözler ve Kaplan, 201: 232-235)

Kamu hizmetlerinin verilirken eşitliğin gözetilmesi temel prensiptir. Bunun yanında kamu hizmetleri kamu yararınadır. Bir hizmetin kamu hizmeti sayılıp sayılmaması siyasi kararla belirlenir. Kamu hizmetleri yerel, ülkesel ve bölgesel olabilir. Kamu kuruluşlarınca ya da bunların gözetiminde özel girişimler tarafından kamu hizmetleri sunulabilirler(Aydın, 2017: 31).

Merkezi yönetimin güçlü olduğu dönemlerde merkez tarafından yerine getirilen kamu hizmetleri yerellik anlayışı ile beraber yerel yönetimlerce ve son yıllarda özel kişiler tarafından görülmeye başlanmıştır. Kamu hizmetlerinin yerine getirilirken uygulanan usuller şu şekildedir:

- **Emanet Usulü:** Devlet tarafından özel kişilere de gördürülebilecek kamu hizmetlerinin, kendi kaynakları, kendi personeli ve hizmet araç gereçleri ile devlet ve diğer kamu tüzel kişileri tarafından görülmesi usulü olarak tanımlanabilir. Pozitif hukukta dayanağı olmamakla beraber Türk İdare Hukuku'nda tarihsel kökleri olan Osmanlı Devletinde de bir kamu hizmeti görülüş usulüdür.

- **Müşterek Emanet Usulü:** İdarenin kamu hizmetini, kendi araç ve imkânları ile organik bakımdan oluşturup, hasar ve zarar kendisine ait olmak üzere, özel hukuk kişisine gelir üzerinden pay verilmek suretiyle, yapılan sözleşme karşılığında gördürülmesine denir. Böylelikle sermaye ve araçlara devlete ait olup özel kişinin bilgi ve becerisi ortaya konarak hizmet yürütülmeye çalışılmaktadır.
- **İltizam Usulü:** Bir hizmetin idare tarafından bir bedel karşılığında bir kişiye gördürülmesini veya bir şeyin teslimi konusunda yapılan sözleşmeye mali iltizam sözleşmesi, sözleşme yapılan kişiye de mültezim denir. Sözleşmedeki bedel maktu bir ücret olabileceği gibi, götürü veya orantılı kazanç da olabilir.
- **Ruhsat Usulü:** Tekel niteliğinde olmayan bir kamu hizmetinin, idare tarafından verilen izin üzerine özel kişilerce de görülebilmesi usulüne ruhsat usulü denir. Bu usulde idare ile özel kişi arasında bir sözleşme yoktur. Ruhsat, idarenin talep üzerine tek yanlı irade açıklaması ile yaptığı bir işlemdir.
- **İmtiyaz Usulü:** Kamu Hizmetinin, uzun süreli bir idari sözleşme uyarınca, sermayesi, karı, hasar ve zararı kendilerine ait olmak üzere özel hukuk kişilerince yerine getirilmesine imtiyaz denir. Bu usul kamu hizmetinin bir idari sözleşmeye dayanarak, anonim şirkete gördürülmesidir. Genellikle tekel niteliğinde yürütülen kamu hizmetleri için öngörülür. İmtiyaz ile faaliyet özel kişiye ait olur. Kural olarak aynı anda birden çok kişiye imtiyaz verilemez (Akyılmaz, Sezginer ve Kaya, 2017: 626-639)

Mahalli kamu hizmetlerini yerine getiren mahalli idarelerin başında gelen belediyeler bu hizmetlerin yerine getirilmesi kanunlarla başka bir kamu kurum ve kuruluşa verilmemişse mahalli, müşterek nitelikteki görev ve hizmetleri yapar veya yaptırırlar. 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 14. Ve 15. Maddelerinde belediye hizmetleri altı kısma ayrılmıştır. Bunlar:

- **Bayındırlık ve Altyapı Hizmetleri:** Belediye olan yerlerin mekânsal düzenlemesi ve altyapılarının sağlanması, coğrafi ve kent bilgisi sistemleri, fizik iş olarak güzelleştirilmesi, imar planları ve programları yapmak, inşaat planlarına ruhsat vermek, sebze ve meyvelerin toptan alım satımı için hal binaları tesis etmek, halkın barınma, eğlenme, alışveriş, parklar, garaj, trafik, pazaryeri, konut, su ve kanalizasyon tesisleri gibi hizmetleri içermektedir.
- **Ulaştırma Hizmetleri:** Kent içi trafik, belediye sınırları içerisinde yer alan semtler arasındaki kent içi ulaşımını ve toplu taşıma hizmetlerini (raylı sistemler, metrobüs) ve belediye denetimli halk otobüsleri ile gerçekleştirilen özel taşımacılık hizmetlerini kapsamaktadır.
- **Zabıta ve İtfaiye Hizmetleri:** Koruyucu hizmetler de denen bu görevler: kamuya açık yerlerin ve burada satılan malların (yiyeceklerin) temizlik ve sağlık yönünden denetlenmesi, acil yardım kurtarma ve ambulans, kent içi trafik, çevre sağlığı ve çevre kirliliğinin önlenmesi, yangından korunma önlemleri, yangın denetimi ve yangın söndürülmesine ilişkin hizmetleri içerir.
- **Sağlık, Sosyal, Kültürel ve Sportif Hizmetler:** Kültür ve sanat, turizm ve tanıtım, sosyal hizmet ve yardım, kütüphane, sağlık tesisleri, yüzme havuzları, spor tesisleri, spor malzemesi yardımı, spor karşılaşmaları düzenleme, ödüllendirme, hayvanat bahçesi oluşturma, çevre sağlığı, konut, nikah, ekonomi ve ticaretin geliştirilmesi, sağlıkla ilgili her türlü tesisi açabilme ve işletebilme, kültür ve tabiat varlıklarını koruyabilme ve aslına uygun olarak yeniden inşa edebilme görevlerini içerir.
- **Çevre Hizmetleri:** Katı atık düzenli depolama tesisleri, pis su arıtma tesisleri, atıkların geri kazanımı tesisleri, ağaçlandırma ve bunların korunması bakımının yapılması, park ve yeşil alanların düzenlenmesi, defin ve mezarlıklar, çevre suçlarının işlenmesinin önlenmesi ve kent temizliği görevleridir.
- **Eğitim Hizmetleri:** Örgün ve yaygın eğitimle ilgili olarak meslek ve beceri kazandırma, okul öncesi eğitim kurumu açma, okul binalarının bakım ve onarımı, araç gereç ve malzeme gereksinimlerini sağlama görevleridir.

5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 67. Maddesinde belediyeler çevre denetimi ve güvenliği, yemek hizmetleri, bilişim, sağlık, fuar, panayır ve sergi, altyapı, kent içi trafik, sayaç, toplu taşıma, sosyal tesislerin işletilmesi, su hizmetleri ve çöp hizmetleri gibi işleri özel sektöre yaptırabilirler. Belediye bu hizmetleri özel sektöre ihale yöntemi, imtiyaz yöntemi, yap-işlet, yap-işlet-devret yöntemi, satış yöntemi, yönetimler arası iş birliği, kupon

yöntemi, şirketleşme ve ortaklık, vergi teşvikleri ve yönetsel düzenlemeler yöntemi, fiyatlandırma yöntemi, gönüllü katılım yöntemi ile gördürebilirler (Erkul, 2013: 51-52).

Belediye sınırları içinde yaşayan vatandaşlara sunulan hizmetler ülkeden ülkeye, bölgeden bölgeye, şehirden şehre değişebilmektedir. Belediyeler tarihsel statüleri, gelirleri, yetkileri doğrultusunda hizmet çeşidini ve kalitesini arttırabilmektedirler. Hizmetleri ister kendileri yapsınlar isterlerse özel sektöre yaptırsınlar vatandaşlar yapılan hizmetlerin sorumluluğunu belediyelere yüklemektedirler. Bu doğrultuda yerine getirilen hizmetlerden duyulan memnuniyet bir sonraki seçimlerde mevcut yönetimin devam etmesine veya değiştirilmesine neden olabilmektedir. Belediye sınırları içinde yaşayan vatandaşların demografik yapısının farklılığı isteklerin ve hizmet beklentilerinin değişmesine neden olabilmektedir. Vatandaşların tüm isteklerinin yerine getirilmesi mümkün olamayacağı için ortak kamu yararına uygun olarak hizmetler yerine getirilebilir. Bu durum zaman zaman vatandaşların memnuniyet düzeylerinin düşmesine neden olabilir.

Araştırmanın amacı

Bu araştırmanın amacı, Kırklareli ilinde yaşayan vatandaşların belediye hizmetlerinden memnuniyet düzeyini ortaya koymaktır. Çalışmanın amacına yönelik olarak Kırklareli Belediyesi sınırları içerisinde oturan vatandaşlar üzerinde anket çalışması yapılmıştır. Veriler SPSS 20.0 programı kullanılarak değerlendirilmiştir.

Araştırma Yöntemi

Araştırma birincil verilere dayalı olarak, 9'u demografik ve 21'i de 5'li likert ölçeğinde olmak üzere toplam 30 sorudan oluşan anket yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Anketin hazırlanmasında bu alanla ilgili olarak yapılmış birçok uygulamalı bilimsel çalışmadan (Gümüşoğlu vd., 2003, Kara ve Gürcü, 2010, Usta ve Memiş, 2010 , Ardıç vd., 2004, Cankuş, 2008, Çicek ve Doğan, 2009, Gemlik ve Sığrı, 2007, Oktik vd., 2008, Eksen Araştırma ve Danışmanlık, 2010 , İnce ve Şahin http://dergipark.gov.tr/download/article-file/289010 , Turan ve Songur ,2017 ve Alptürker: 2010) faydalanılmıştır. Literatür taraması neticesinde anket formu hazırlanarak araştırmada 5 seçenekli likert ölçeği kullanılmış ve seçenekler 'Hiç Katılmıyorum için 1, ' Katılmıyorum' için 2, 'Karasızım' için 3, 'Katılıyorum' için 4 ve 'Tamamen Katılıyorum' için 5 şeklinde puanlanmıştır.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırma, Kırklareli İli ve ilçelerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında tesadüfî örnekleme yoluna gidilmiş: dağıtılan toplam 350 adet anket formlarından yapılan inceleme sonucu 314 adet anket değerlendirmeye alınmıştır. Anketlerin geri dönüş oranı (314/340=0,923) yaklaşık olarak %92'dir. Böylece araştırmanın örneklemi 314 kişiden oluşmuştur.

Araştırmanın Bulguları

Ankete katılan toplam 314 katılımcıdan alınan yanıtlar tablolar halinde aşağıda sunulmuştur.

Tablo 1. Araştırmaya Katılanların Demografik Özelliklerinin Dağılımları

Cinsiyet	Frekanslar	Yüzdeler (%)	Yaşadığı Yer	Frekanslar	Yüzdeler (%)
Bay	181	57,6	İl Merkezi	83	26,4
Bayan	133	42,4	İlçe Merkezi	202	64,3
Toplam	**314**	**100**	Köy	29	9,2
Medeni Durum	**Frekanslar**	**Yüzdeler (%)**	**Toplam**	**314**	**100**
Bekâr	153	48,7	**Yaş Grupları**	**Frekanslar**	**Yüzdeler (%)**
Evli	161	51,3	16-26	116	36,9
Toplam	**314**	**100**	27-37	82	26,1
Eğitim Durumu	**Frekanslar**	**Yüzdeler (%)**	38-48	58	18,5
Lisans Üstü	10	3,2	49-59	23	7,3

Lisans	38	12,1	60-77	35	11,1
Ön Lisans	90	28,7	**Toplam**	**314**	**100**
Ortaöğretim	103	32,8	**Gelir Grupları (TL)**	**Frekanslar**	**Yüzdeler (%)**
İlköğretim	73	23,2	0-500	55	17,5
Toplam	**314**	**100**	501-1999	90	28,7
Doğum Yeri	**Frekanslar**	**Yüzdeler (%)**	2000-2999	88	28,0
Samsun	13	4,1	3000-3999	47	15,0
Kırklareli	155	49,4	4000-7000	34	10,8
İstanbul	30	9,6	**Toplam**	**314**	**100**
Ordu	4	1,3	**Meslek**	**Frekanslar**	**Yüzdeler (%)**
Tekirdağ	19	6,1	Öğrenci	69	22,0
Hatay	9	2,9	Satış Elemanı	30	9,6
Düzce	5	1,6	Emekli	34	10,8
Niğde	4	1,3	Ev Hanımı	33	10,5
Tokat	5	1,6	Serbest Meslek	98	31,2
Diyarbakır	12	3,8	Memur	32	10,2
Malatya	10	3,2	Mühendis	9	2,9
Kocaeli	3	1,0	Çiftçi	9	2,9
Sivas	7	2,2	**Toplam**	**314**	**100**
Çanakkale	8	2,5			
Edirne	30	9,6			
Toplam	**314**	**100**			

Yapılan araştırma bilgilerin düzenlendiği ilk tabloda katılımcıların demografik bilgilerine yer verilmiştir. Araştırma evreninin %57,6'sı bay , %52,4'ü bayan katılımcılardan oluşmaktadır. Araştırma katılımcılarının %51,3'ünün medeni durumu evli, %49'a yakının medeni durumu ise bekârdır. Eğitim durumlarına bakıldığında araştırmamıza katılanların %56'sının ilk ve ortaöğretim, %44'ünün ise ön lisans ve üstü olduğu görülebilmektedir. Kırklareli'nde doğan katılımcıların oranı %49,4 iken diğer şehirlerde doğan katılımcıların oranı %49,6'dır. Kırklareli dışında başka şehirde doğanlar bakımından Edirne ve İstanbul ilk sırada gelmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu Kırklareli ilinin ilçe merkezlerinde yaşmaktadırlar. Katılımcılar arasında en büyük grubu 16-26 yaşları arasındaki kişiler oluştururken, en küçük grubu 49-59 yaş grubu arasındaki kişiler oluşturmaktadır. Gelir grupları olarak bakıldığında katılımcıların %74,2'sinin geliri 3000 TL'nin altında %25,8'inin ise 3000 TL'nin altındadır. Meslek gruplarına bakıldığında mesleğini serbest meslek, öğrenci, emekli ve ev hanımı olarak ifade edenler ilk dört sırada yer almışlardır.

Belediye hizmetlerinden memnuniyetin demografik özellikler temelinde farklılaşma gösterip göstermediği araştırılmıştır. Bu kapsam da ilk olarak anket sorularının güvenilirliği test edilmiştir. Güvenirlik kavramı yapılan her ölçüm için gerekli olmaktadır: bunun nedeni güvenirlik bir test ya da ankette yer alan soruların birbirleri ile olan tutarlılığını ve kullanılan ölçeğin ilgilenilen sorunu ne derece yansıttığını ifade etmesidir. Güvenirlik analizi, ölçmede kullanılan testlerin, anketlerin ya da ölçeklerin özelliklerini ve güvenirliklerini değerlendirmek için geliştirilen bir yöntemdir. Güvenirlik analizi için en çok kullanılan yöntemlerden biri Alfa (α) Modeli (Cronbach Alpha Coefiecient) olmaktadır. Bu yöntem ile hesaplanan alfa katsayısı 0 ile 1 arasında olup uygulanan ölçekle ilgili aşağıdaki gibi yorumlanabilmektedir (Kalaycı, 2010):

$0{,}00 \leq \alpha < 0{,}40$ ise ölçek güvenilir değildir,
$0{,}40 \leq \alpha < 0{,}60$ ise ölçek güvenirliği düşüktür,
$0{,}60 \leq \alpha < 0{,}80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir ve
$0{,}80 \leq \alpha < 1{,}00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

Tüm ölçeğe bakıldığında(bkz.Tablo2.) 0,899 'lik bir oranla karşılaşılmakta, bu güvenirlilik düzeyi bakımından 0,80 > α ≥ 1,00 yüksek derecede güvenilirlik oluşturmaktadır. Buna göre ölçeklerden elde edilen sonuçların güvenilir olduğu ifade edilebilir.

Tablo 2. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,899	21

Verilerin Analizi

Verilerin Analizinde Kırklareli ilinde yaşamakta olan paydaşların, belediye hizmetlerine yönelik memnuniyetlerinin, çeşitli değişkenler açısından anlamlı farklılık gösterip göstermediğinin belirlenebilmesi için frekans dağılımları, ortalama, standart sapma, Kruskal Wallis ve Mann Whitney-U testleri yapılmıştır. Kolmogrov-Simirnov testi sonucunda değişkenlerin normal dağılım göstermedikleri tespit edilmiştir. Bu nedenle parametrik olmayan testler gerçekleştirilmiştir.

Tablo 3. Belediye Hizmetlerinden Memnuniyet Düzeyi Maddeleri Frekans ve Yüzde Dağılımı

	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	Mean	s.s.
1.Alt yapı hizmetlerinin sunumundan memnunum(su,kanalizasyon vb.)	39,8%	23,9%	11,1%	16,6%	8,6%	2,30	1,36
2.Halka açık alanların(park, bahçe, cadde ve sokak) genel temizliğinden memnunum	19,7%	22,6%	16,2%	27,4%	14,0%	2,93	1,36
3.Çöp toplama ve katı-atık hizmetlerinden memnunum	19,4%	15,6%	17,8%	35,7%	11,5%	3,04	1,32
4.Yaz aylarında haşerelerle mücadele edilmesinden, gerekli ilaçlama çalışmalarının yapılmasından memnunum	28,7%	22,6%	20,1%	21,3%	7,3%	2,56	1,30
5.Yaşadığım bölgede ulaşım kolaylığından ve toplu taşıma sorunu olmamasından memnunum	18,8%	21,0%	15,3%	26,1%	18,8%	3,05	1,40
6.Gençlik-spor ve kültür faaliyetlerinden memnunum	20,4%	15,0%	25,8%	28,3%	10,5%	2,93	1,29
7.Belediyemin sosyal yardım hizmetlerinden memnunum	19,7%	25,2%	20,1%	25,8%	9,2%	2,79	1,27
8.Kentsel Dönüşüm (Eski Kent Dokusunun Yenilenmesi) uygulamalarından memnunum	23,2%	15,6%	29,0%	22,0%	10,2%	2,80	1,29
9.Kentin gelişimi için gerekli imar planlarının hazırlanması ve bunların kontrolünün yapılmasından memnunum	19,4%	22,0%	28,3%	21,0%	9,2%	2,78	1,23
10.Yol yapım ve bakımından memnunum	30,3%	24,8%	16,6%	17,5%	10,8%	2,53	1,36
11.Cadde ve sokakların aydınlatılması yeterlidir	21,0%	22,9%	15,0%	25,2%	15,9%	2,92	1,39
12.Trafik ve sinyalizasyon hizmetleri yeterlidir	23,9%	21,7%	18,5%	23,6%	12,4%	2,78	1,36
13.Otopark alanları yeterlidir	35,0%	21,7%	15,3%	17,2%	10,8%	2,47	1,39
14.Şehirlerarası ulaşım hizmetlerinden (otogar)memnunum	25,8%	17,2%	15,3%	27,1%	14,6%	2,87	1,43
15.Mahalle pazarlarından/ kapalı Pazar yerinin güvenliği, denetimi ve temizliğinden memnunum	18,8%	15,6%	23,9%	28,0%	13,7%	3,02	1,31
16.İtfaiye ve Ambulans gibi halkın can ve mal güvenliğini sağlayan hizmetlerin sunumundan memnunum yeterliliğinden	17,2%	16,2%	16,6%	34,7%	15,3%	3,14	1,33
17.Su havzalarının (ırmak/dere) ıslahı konusunda yapılan çalışmalardan memnunum	23,9%	20,1%	25,2%	21,0%	9,9%	2,72	1,30
18.Çevre kirliliğinin önlenebilmesi için belediyenin denetim ve çalışmalarından memnunum	24,5%	25,8%	20,7%	20,1%	8,9%	2,63	1,29
19.Belediyenin sokak hayvanları ile ilgili hizmetlerinden memnunum	39,5%	21,3%	14,0%	13,4%	11,8%	2,36	1,41
20.Belediye çalışanlarının halka karşı tutum ve davranışları olumlu ve çözüm odaklıdır	17,8%	18,5%	23,6%	28,0%	12,1%	2,98	1,29
21.Genel olarak belediye hizmetlerinden memnunum	17,8%	20,7%	18,2%	26,4%	16,9%	3,03	1,36

Tablo 3 verilerinden katılımcıların Belediye Hizmetlerinden Memnuniyet araştırmasına verdikleri cevaplardan en fazla önem verdikleri ve en az önem verdikleri maddeler ortaya çıkmaktadır. Buna göre:

Tablo 4. Belediye Hizmetlerinden Memnuniyet Anketi Soruları ile Cinsiyet Değişkeninin Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Test Statistics[a] (cinsiyet)

	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	*p
18. Çevre kirliliğinin önlenebilmesi için belediyenin denetim ve çalışmalarından memnunum	10122,500	19033,500	-2,470	0,014
19. Belediyelerin Sokak hayvanları ile ilgili hizmetlerinden memnunum	10374,000	19285,000	-2,178	0,029
21. Genel olarak belediye hizmetlerinden memnunum	10455,000	19366,000	-2,035	0,042

* (p < 0,05) istatistikî olarak anlamlı farklılıklar mevcuttur.

Tablo 4 verileri incelendiğinde bay ve bayan katılımcıların görüşlerinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur (p<0,05). Katılımcıların verdiği cevaplara bakıldığında: 18., 19. ve 21. Maddelerde cinsiyet bakımından anlam farklılığı görülebilmektedir. Bay katılımcıların çevre kirliliğinin önlenebilmesi için belediyenin çalışmalarından, belediyelerin sokak hayvanları ile ilgili çalışmalarından ve genel olarak belediye hizmetlerinden bayanlara göre daha memnun olduğu görülmüştür. Bayan katılımcılar Kırklareli ilindeki belediyelerin çevre kirliliği, hayvanlar ile ilgili hizmetlerin daha fazla arttırılması istediği yorumlanabilir. Böylece genel belediye hizmetlerinden memnuniyet oranında artış sağlanabilir.

Tablo 5. Belediye Hizmetlerinden Memnuniyet Anketi Soruları ile Cinsiyet Değişkeninin Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Test Statistics[a] (medeni durum)

	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	*p
3. Çöp toplama ve katı-atık hizmetlerinden memnunum	10634,500	22415,500	-2,162	0,031
4.Yaz aylarında haşerelerle mücadele edilmesinden, gerekli ilaçlama çalışmalarının yapılmasından memnunum	10213,500	21994,500	-2,688	0,007
5. Yaşadığım bölgede ulaşım kolaylığından ve toplu taşıma sorunun olmamasından memnunum	10606,500	22387,500	-2,175	0,030
10. Yol yapım ve bakımından memnunum	10646,000	22427,000	-2,136	0,033

* (p < 0,05) istatistikî olarak anlamlı farklılıklar mevcuttur.

Tablo 5 verileri incelendiğinde evli ve bekâr katılımcıların belirttikleri görüşlerinde anlam farklılıklarına rastlanmıştır. Evli katılımcıların medeni durumu bekâr olan katılımcılara göre Kırklareli ilindeki belediyelerin çöp toplama, katı atık hizmetlerinden, yaz aylarında haşereler için yapılan ilaçlamadan, ulaşım kolaylığından, toplu taşıma araçlarının yeterliliğinden ve yol yapım çalışmalarından daha memnun olduğu görülebilmektedir.

Tablo 6.Belediye Hizmetlerinden Memnuniyet Düzeyleri ile Yaş Değişkeninin Kruskal Wallis-H TestiSonuçları

Test Statistics[a,b](yaş grupları mean rank)

	*p	(16-26 yaş arası)	(27-37 yaş arası)	(38-48 yaş arası)	(49-59 yaş arası)	(60-77 yaş arası)
3.Çöp toplama ve katı atık hizmetlerinden memnunum.	0,050	139,75	164,77	159,81	186,63	176,33
5.Yaşadığım bölgede ulaşım kolaylığından ve toplu taşıma sorunu olmamasından memnunum.	0,024	137,25	165,13	176,97	182,67	157,96

10.Yol yapımı ve bakımından memnunum.	0,038	148,20	142,16	176,36	170,65	184,34
21.Genel olarak belediye hizmetlerinden memnunum.	0,029	143,08	157,91	153,57	191,41	188,56

* (p < 0,05) istatistikî olarak anlamlı farklılıklar mevcuttur.

Tablo 6 verileri incelendiğinde çöp toplama ve katı atık hizmetlerinden memnuniyet yaş grupları yükseldikçe arttığı görülmektedir. 16-26 yaş grubu arasındaki katılımcıların çöp toplama ve katı atık hizmetlerinden en az memnun olduğu görülürken 49-59 yaş grubu arasındaki katılımcılarda memnuniyet düzeyi en yüksek çıkmaktadır. Yaşanılan bölgede ulaşım kolaylığından, topluma taşımadan, yol yapımı ve bakımından, genel olarak belediye hizmetlerinden memnuniyet yaş grubu arttıkça yükselmektedir. Bu farklılığın nedeni hizmetleri kullanma düzeylerinden kaynaklanıyor olabilmektedir. Yaş grubu yükseldikçe verilen bu hizmetlerden doğrudan faydalanılması memnuniyet düzeyini arttırabilir.

Tablo 7.Belediye Hizmetlerinden Memnuniyet Düzeyleri ile Yaşam yeri Değişkeninin Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları

Test Statistics[a,b(yaşam yeri grupları mean rank)]

	*p	(İl merkezi)	(İlçe Merkezi)	(Köy)
1.Alt yapı hizmetlerinin sunumundan memnunum	0,042	163,22	150,20	191,98
4. Yaz aylarında haşerelerle mücadele edilmesinden, gerekli ilaçlama Çalışmalarının yapılmasından memnunum.	0,013	172,89	146,94	187,02
6.Gençlik-Spor ve Kültürel faaliyetlerden memnunum	0,048	169,73	148,76	183,40
7. Belediyenin sosyal yardım Hizmetlerinden memnunum	0,036	164,39	149,63	192,62
9. Kentin gelişimi için gerekli imar planlarının hazırlanması ve bunların kontrolünün yapılmasından memnunum.	0,030	161,54	150,30	196,07
10. Yol yapım ve bakımından memnunum	0,003	170,13	146,27	199,59
12.Trafik ve sinyalizasyon hizmetleri yeterlidir.	0,015	138,42	160,38	192,05
15. Mahalle pazarlarından/ kapalı pazar yerinin güvenliği	0,023	134,86	166,42	160,21
19.Belediyenin Sokak hayvanları ile ilgili hizmetlerinden memnunum	0,030	177,33	145,26	185,98

* (p < 0,05) istatistikî olarak anlamlı farklılıklar mevcuttur.

Tablo 7'de yaşam yeri değişkenine göre anlam farklılığı oluştuğu gözlemlenmiştir. Alt yapı hizmetlerinden, haşerelerle mücadeleden ve ilaçlamadan, gençlik-spor ve kültürel faaliyetlerden, Sosyal yardım hizmetlerinden, imar planlamaları ve kontrolünden, yol yapımı ve bakımından, sokak hayvanları ile ilgili yapılan hizmetlerden yerleşim olarak köyde yaşayanlar en çok memnun olduğu görülmektedir. Bu hizmetlerden en memnuniyetsiz olanlar ise ilçede oturan katılımcılar olmuştur. Bunun nedeni köyde yaşayan kişilerin bu hizmetleri ilçe ve/veya il merkezlerinde alıyor olması olabilir. Kırklareli ilinde trafik ve sinyalizasyon hizmetlerinden en memnuniyetsiz olanlar ise il merkezinde yaşayanlar olduğu görülmektedir. Bunun nedeni il merkezinde yaşanan trafik sorunları olabilir. Mahalle pazarlarından/kapalı Pazar yerlerinin güvenliğinden ise en çok memnun olanlar ilçede oturanlar olmuştur. Bu hizmetten memnun olmayanlar yine il merkezinde oturanlar olmuştur. İl merkezinde Pazar yeri ile ilgili bir takım sorunların ilçe merkezlerine göre daha fazla olduğu söylenebilir.

Tablo 8.Belediye Hizmetlerinden Memnuniyet Düzeyleri ile Gelir Değişkeninin Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları

Test Statistics[a,b(gelir grupları mean rank)]

	*p	(0-500TL)	(501-1999TL)	(2000-2999TL)	(3000-3999TL)	(4000-7000TL)
16.İtfaiye ve ambulans gibi halkın can ve mal güvenliğini sağlayan hizmetlerin yeterliliğinden/sunumundan memnunum	0,024	180,05	141,36	143,65	170,66	181,41

* (p < 0,05) istatistikî olarak anlamlı farklılıklar mevcuttur.

Tablo 8 incelendiğinde gelir değişkenine göre anlam farklılığı gözlemlenmiştir. İtfaiye ve ambulans hizmetlerinden memnuniyet düzeyi en yüksek en düşük gelir grubunda ve en yüksek gelir grubunda görülmüştür. Memnuniyet düzeyi en düşük gelir grubu dışında diğer gruplarda gelir seviyesinin yükselmesiyle artış gösterdiği görülmüştür.

Tablo 9.Belediye Hizmetlerinden Memnuniyet Düzeyleri ile Doğum Yeri Değişkeninin Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları

Test Statistics[a,b(doğum yeri grupları mean rank)]

	*p	(Kırklareli)	(Sivas)	(Çanakkale)	(Diyarbakır)	(Tekirdağ)
3.Çöp toplama ve katı atık hizmetlerinden memnunum.	0,005	175,24	181,71	190,75	163,54	155,03

* (p < 0,05) istatistikî olarak anlamlı farklılıklar mevcuttur.

Tablo 9'da doğum yerine göre anlam farklılığı gözlenmiştir. Çöp toplama ve katı atık hizmetlerinden en çok sırasıyla Çanakkale, Sivas, Kırklareli, Diyarbakır ve Tekirdağ doğumlu katılımcıların memnun olduğu görülmüştür. Kırklareli ilinde doğanların memnuniyet düzeyleri kendi şehirlerinde üçüncü sıraya düştüğü anlaşılabilmektedir.

Tablo 10.Belediye Hizmetlerinden Memnuniyet Düzeyleri ile Eğitim Düzeyi Değişkeninin Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları

Test Statistics[a,b(eğitim düzeyi grupları mean rank)]

	*p	İlköğretim	Ortaöğretim	Önlisans	Lisans	Yüksek lisans
3.Çöp toplama ve katı atık hizmetlerinden memnunum.	0,006	168,77	174,77	132,17	142,76	181,30
4. Yaz aylarında haşarelerle mücadele edilmesinden, gerekli ilaçlama çalışmalarının yapılmasından memnunum.	0,004	162,33	178,43	133,08	161,21	112,35
10. Yol yapım ve bakımından memnunum	0,022	179,27	164,80	144,71	137,97	112,80

* (p < 0,05) istatistikî olarak anlamlı farklılıklar mevcuttur.

Tablo 10'da eğitim düzeyleri açısından anlam farklılığı tespit edilmiştir. Çöp toplama ve katı atık hizmetlerinden en memnun eğitim seviyesine sahip katılımcılar yüksek lisans mezunu olan grup olduğu görülmektedir. Bu hizmetten en az memnun olan grup ise önlisans mezunları olduğu gözlemlenmiştir. Haşerelerle mücadele hizmetinde ise en memnun olan grup ortaöğretim mezunları olurken en az memnun olan grubun eğitim seviyesi yüksek lisans olarak görülebilmektedir. Yol yapım ve bakımından en çok memnun olanlar ilköğretim mezunu olan katılımcılar, memnuniyet seviyesi en düşük olanlar ise yüksek lisans mezunu olanlar olduğu anlaşılabilmektedir.

Tablo 11.Belediye Hizmetlerinden Memnuniyet Düzeyleri ile Meslek Değişkeninin Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları

Test Statistics[a,b(Meslek grupları mean rank)]

	*p	Serbest Meslek	Çiftçi	Emekli	Ev Hanımı	Memur	Öğrenci	Satış Elemanı	Mühendis
1.Alt yapı hizmetlerinin sunumundan memnunum	0,026	147,19	206,17	192,26	180,88	142,39	151,91	134,32	177,83
10. Yol yapım ve bakımından memnunum	0,033	153,22	161,00	192,47	189,18	160,86	136,54	150,73	123,67
21.Genel olarak belediye hizmetlerinden memnunum.	0,046	160,13	198,00	197,00	156,71	156,42	134,88	155,48	126,00

* (p < 0,05) istatistikî olarak anlamlı farklılıklar mevcuttur.

Tablo 11 verileri incelendiğinde meslek değişkenine göre anlamsal farklılıklar bulunmuştur. Alt yapı hizmetlerinden memnuniyet en çok çiftçi, emekli, ev hanımı ve mühendis mesleğine sahip gruplara ait olduğu gözlemlenmiştir. En düşük memnuniyet seviyesi ise memur, serbest meslek ve öğrencilere ait olduğu anlaşılmaktadır. Yol yapımı ve bakımından memnun olanlar ise emekliler ve hanımları olurken, memnuniyet seviyesi en düşük olanlar öğrenciler ve mühendisler olduğu anlaşılabilmektedir. Genel olarak belediye hizmetlerinden memnuniyet çiftçi ve emeklilerde en yüksek, öğrenci ve mühendislerde en düşük olduğu görülebilmektedir. Emekli olan katılımcıların genel olarak belediye hizmetlerinden memnun olduğu görülebilmektedir. Öğrenciler ve mühendis mesleğine sahip katılımcıların ise memnuniyet seviyesinin genel olarak düşük olduğu görülebilmektedir. Memur olan katılımcıların ise memnuniyet seviyesinin ortalama düzeyde olduğu anlaşılabilmiştir. Ev hanımlarının özel hizmetlerde memnuniyet düzeyi yüksek, genel hizmetler düşünüldüğünde düştüğü gözlemlenmiştir.

SONUÇ

Mahalli idare hizmetleri ile amaçlanan karmaşıklaşan ve artan merkezi yönetimin iş gücünün yerel yönetimlerle paylaşılarak, hizmetlerin vatandaşa en yakın birimlerce optimal olarak yerine getirilmesidir. Mahalli idare hizmetlerinin yerine getiriliş usulleri, şekilleri ülkeler hatta şehirler arasında farklılık gösterebilmektedir. Mahalli idarelerin hizmet yerine getirme bakımından en efektif tüzel kişisi olarak belediyeler olarak görülebilmesi mümkündür. Merkezi yönetimin güçlü olduğu ülkelerde idari vesayet ilkesi ile merkezi devlet mahalli idareler üzerinde kontrol sağlamaya çalışmaktadır. Mahalli idarelerin görevlerini yerine getirmemesi ve/veya vatandaşların hizmetlerden memnuniyet seviyesinin düşmesi başta yerel seçimlerde daha sonra genel seçimlerde siyasal katılımı ve tercihleri etkileyebilir. Merkezi idareler mahalli idarelerin sorumluluklarını yerine getirmemesi sonucu siyasal tercihlerin negatif yönde değişmesini engelleyebilmek için merkezi yönetim olarak yerel hizmetleri idari vesayet ilkesine dayanarak üstlenebilir. Merkez mahalli idare ilişkilerine yüksek seviyede etki eden yerel hizmetlerin verilmesi ve bunlardan duyulan memnuniyetinin araştırılması önemli bir konu olduğu görülebilmektedir.

Araştırma ile amaçlanan Kırklareli ilindeki belediyelerin hizmetlerinden vatandaşların memnuniyet düzeylerini araştırabilmektir. Anket yöntemi ile yapılan araştırmada istenilen sonuçlara ulaşılabilmiştir. Genel olarak bakıldığında Kırklareli ilinde yaşayan vatandaşların memnuniyet seviyesinin en düşük olduğu durum alt yapı hizmetleri olarak görülebilmiştir. Vatandaşlar Kırklareli ilindeki su, kanalizasyon gibi hizmetlerin yeterli seviyede olmadığı görüşünde olduğu anlaşılabilmektedir. Alt yapı hizmetlerinden sonra memnuniyetsizlik seviyesinin en düşük olduğu durum sokak hayvanları ile ilgili yapılan hizmetler olarak gözlemlenmiştir. Vatandaşların sokak hayvanları ile ilgili hizmetlerin arttırılması gerektiği konusunda istekleri olduğu görülebilmektedir. Memnuniyet düzeyinin en düşük olduğu diğer önemli bir durum otopark hizmetlerinin yetersiz olduğunun katılımcılar tarafından belirtilmesidir. Kırklareli'nde yaşayan vatandaşların daha fazla otopark istediği anlaşılabilmektedir. Araştırmada katılımcıların en çok kararsız kaldığı hizmetler ise sırasıyla kentsel dönüşüm, kent imar planları, su

havzaları ve gençlik spor faaliyetleri ile ilgili hizmetler olmuştur. Vatandaşların bu hizmetlerde kararsız kalmasının nedeni bu hizmetlerle doğrudan muhatap olmamaları, ilgilerini çekmemesi, bilgilerinin olmaması ve bilgilere nasıl ulaşacağını bilmiyor olması görülebilir. Kırklareli ilinde en çok memnun kalınan hizmetler ise sırasıyla ambulans, itfaiye ve halkın can, mal güvenliğini koruyan hizmetler, çöp toplama ve katı atık hizmetleri, ulaşım hizmetleri olmuştur. Genel belediye hizmetlerinden memnuniyet %43,3 olarak, memnuniyetsizlik ise %38,5 olarak gözlemlenmiştir. Hizmetlerden memnuniyet konusunda kararsız olanların oranı %18,2 olarak görülebilmiştir. Özel olarak uygulanan testlerde ise bazı değişkenlere göre anlam farklılıklarına ulaşılmıştır. Kırklareli ilinde yaşayan erkeklerin çevre kirliği konusunda, hayvanlar ile ilgili ve genel belediye hizmetlerinden memnuniyet seviyesi kadınlara göre daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Evli olan kişilerin bekarlara göre toplu taşıma, çöp toplama ve katı atık, yol yapım çalışmaları, haşerelerle mücadele hizmetlerinden bekarlara göre daha memnun olduğu anlaşılabilmiştir. Yaş oranı arttıkça belediye hizmetlerinden memnuniyet seviyesi artabilmektedir. Köyde yaşayan kişilerin belediyelerin verdiği hizmetlerden en çok memnun olduğu, ilçelerde yaşayanların ise en az memnun olduğu gözlemlenebilmiştir. Gelir durumu arttıkça bazı hizmetlerde memnuniyet seviyesinin yükseldiği gözlemlenmiştir. Kırklareli ilinde yaşayan fakat doğum yeri farklı olan kişilerin çöp toplama ve katı atık hizmetlerden memnuniyet seviyesinin yüksek olduğu anlaşılabilmiştir. Eğitim seviyesi arttıkça memnuniyet seviyesinin düştüğü anlaşılabilmiştir. Öğrencilerin ve görece daha iyi konumda bulunan mesleklere sahip kişilerin belediye hizmetlerinden memnuniyet seviyesi düşük, emekli, ev hanımı, çiftçi gibi mesleklere sahip kişilerin memnuniyet seviyesi yüksek, serbest meslek sahibi ve memur gibi mesleklere sahip kişilerin memnuniyet seviyesi ise orta düzeyde olduğu görülebilmiştir.

Literatüre bakıldığında Turan ve Songur Belediye Hizmetlerinde Halkın Beklentileri: Şereflikoçhisar Örneği adlı çalışmalarında eğitim seviyesi yükseldikçe sosyal ve kültürel etkinlikleri daha fazla önemsedikleri sonucuna varmışlardır. Daştan ve Delice Belediye Hizmetlerinden Memnuniyet Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Değerlendirilmesi: İzmir Büyükşehir Belediyesi Örneği isimli çalışmalarında genç nüfusun ve eğitim seviyesi yüksek olan bireylerin topluma taşımada yaşanan aksaklıklardan daha fazla olumsuz etkilendiğini ortaya koymuşlardır. Göküş ve Karayıldırım Vatandaşların Belediye Hizmetlerinden Memnuniyeti Karatay Örneği isimli çalışmalarında otopark hizmetlerinden gelir düzeyi yüksek olan kişilerin daha az, gelir düzeyi düşük olan kişilerin daha fazla memnun olduğu sonucuna varmışlardır. Gürel ve Özel Kamu Çalışanlarının Büyükşehir Belediye Hizmetlerinden Memnuniyeti: Ankara Örneği adlı çalışmalarında kamu çalışanlarının verilen hizmetlerden yaklaşık üçte birinden orta düzeyde memnun, üçte ikisinden memnun olmadığını belirtmişlerdir. Akyıldız Belediye Hizmeti ve Vatandaş Memnuniyeti: Uşak Belediyesi Örneği isimli çalışmasında eğitim seviyesi arttıkça hizmetlerden memnuniyet seviyesinin azaldığını, eğitim seviyesi düştükçe memnuniyet seviyesinin arttığını gözlemlemiştir.

Sonuç olarak Kırklareli ilinde memnuniyet seviyesinin en düşük olduğu anlaşılan alt yapı hizmetlerini, sokak hayvanları ile ilgili hizmetlerin ve otopark hizmetlerinin yeterli düzeye çekilmesi gerekmektedir. Böylece memnuniyet seviyesi arttırılarak Kırklareli ili daha yaşanılabilir bir şehir haline gelebilir. Belediyelerin vatandaşa en yakın olan yönetim birimleri olduğu düşünüldüğünde vatandaşların görüşleri alınıp bu doğrultuda hizmetlere yön verilmesi şehir içinde vatandaşların mutluluğunu ve yaşam kalitesini de arttırabilecektir.

KAYNAKÇA

AKYILDIZ, F. (2012) “Belediye Hizmeti ve Vatandaş Memnuniyeti: Uşak Belediyesi Örneği”, Journal of Yasar University ,Cilt.26, sayı7, s.4432

AKYILMAZ, B., vd., (2017) ”Türk İdare Hukuku”, Seçkin Yayıncılık, İstanbul, s.626-639

ALPTÜRKER, H.(2010) "Belediye Hizmetlerinde Vatandaş Memnuniyeti: Silifke Örneği", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya

ARDIÇ, K., vd, (2004) “Belediyelerde Hizmet Kalitesinin (Vatandaş Tatmininin) Ölçülmesi (Tokat Belediye’sinde Bir Uygulama)”, Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Cilt.13, sayı3, s.63-81

AYDIN A., H. (2017)” Türk Kamu Yönetimi”, Seçkin Yayıncılık, İstanbul

CANKUŞ, B., (2008) “Belediye Hizmetlerine İlişkin Algı ve Memnuniyetin İkili Lojistik Regresyon Analizi İle Ölçümü: (Eskişehir İli Örneği)”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir

ÇİÇEK, R., DOĞAN, İ.C., (2009) “Müşteri Memnuniyetinin Artırılmasında Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma: Niğde İli Örneği”, Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt.11, sayı1, s.199-217

DAŞTAN, i., DELİCE M. E. (2015) “Belediye Hizmetlerinden Memnuniyet Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Değerlendirilmesi: İzmir Büyükşehir Belediyesi Örneği” International Journal of Social Science Doi number:http://dx.doi.org/10.9761/JASSS2740 Number: 32 , p. 203-223, Winter III 2015

ERKUL, H. (2013) ”Türkiye’de Yerel Yönetimler”, Detay Yayıncılık, İstanbul, s.51-52

GEMLİK, N., Ünsal S., (2007) "Kurum İmajı Analizi ve Bir Belediye Üzerindeki Uygulamanın Değerlendirilmesi", İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl: 6, Cilt.2, sayı: 11, s.267-282

GÖKÜŞ, M., KARAYILDIRIM Ş. (2012) "Vatandaşların Belediye Hizmetlerinden Memnuniyeti Karatay", Türk İdare Dergisi , sayı474 , Haziran 2012, s.140

KARA, M., GÜRCÜ, M.,"Belediye Hizmetlerinde Halkın Memnuniyetinin Ölçülmesine Yönelik Bir Çalışma: Yozgat Belediyesi Örneği", Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt 2, Sayı2, s. 79-86

GÜREL, B., ÖZEL Ç. (2013) " Kamu Çalışanlarının Büyükşehir Belediye Hizmetlerinden Memnuniyeti: Ankara Örneği", Hacettepe Hukuk Fak. Dergisi, Cilt.3,sayı11, s.72

KAPLAN, G., GÖZLER K. (2016) " İdare ,Hukuku Dersleri", Ekin Yayınevi, Bursa, s.85,232-235

KARAHAN, K. (2000) "Hizmet Pazarlaması", Beta Yayınları Dağıtım A.Ş., İstanbul

KARAKILÇIK, Y. (2016)" Yerel Yönetimler", Seçkin Yayıncılık, İstanbul, s.239-240

OKTİK, N., vd. (2008) "Demokratik Katılım ve Yerel Hizmetler: UNDP(Yerel Yönetim Reformu'na Destek Projesi) ve Yönetime Katılımın Yeni Biçimleri", Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2008, sayı21, s.141-162

ÖZTÜRK, S. A.(2013) "Hizmet Pazarlaması Kuram, Uygulama ve Örnekler", Ekin Yayınevi, Bursa

TURAN, A., SONGUR, L. (2017) "Belediye Hizmetlerinde Halkın Beklentileri: Şereflikoçhisar Örneği", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, sayı54, s.41

USTA R., ve MEMİŞ, L., (2010) "Belediye Hizmetlerinde Kalite: Giresun Belediyesi Örneği", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt.15, Sayı2, s.333-355

YARDIMCI KAYNAKLAR

EKSEN ARAŞTIRMA VE DANIŞMANLIK, http://www.eksen.eu/eksen-research.html, "Belediye Algısı ve Yerel

Hizmetler Memnuniyet Araştırması", Araştırma Raporu, erişim tarihi: 07.08.2018

GÜMÜŞOĞLU, Ş., vd, http://debis.deu.edu.tr/userweb//sabri.erdem/dosyalar/sabri_erdem_iku.pdf erişim tarihi: 03/09/2018

İNCE, M., ŞAHİN, K., (2011), http://dergipark.gov.tr/download/article-file/289010, erişim tarihi :05/09/2018

TÜRKİYE BELEDİYELER BİRLİĞİ, http://www.tbb.gov.tr , erişim tarihi: 02.09.2018

Türkiye'de Sağlık Sisteminde Yaşanan Gelişmeler, Sağlıkta Dönüşüm Programı ve 663-694 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamelerle

Yasemin Çabuk[1] **Doç. Dr. S. Ahmet Menteş[2]**

[1]Tekirdağ İl Sağlık Müdürlüğü

[2]Namık Kemal Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı

Özet: Teknolojik gelişmeler ve insanların hizmet anlayışındaki değişimler, sağlık alanında zamanın koşullarına uymayı zorunlu kılmıştır. Değişimlere hızlı cevap verebilmenin ve rekabet koşullarında varlığını sürdürebilmenin, yerinde yönetim anlayışı ile aşılabileceği düşüncesi, değişimin yönünü belirleyen ana unsur olmuştur. 663 ve 694 Sayılı KHK'ler ile sağlık alanında ciddi adımlar atılmış ve pek çok yönden yeni oluşumlar hayata geçirilmiştir.

Bu çalışmada, ülkemizde son yıllarda yaşanan sağlık alanında gelişmeler ve bu gelişmelerin sağlık hizmetlerine katkıları ortaya konulmaya çalışılmış, avantaj ve dezavantajlarıyla sistemin sürdürülebilirliği üzerinde durulmuştur.

Abstract: The recent technological developments and the changes in the perception of service industry have also forced the health sector to adopt. On-site management is considered to be the best way to adopt and overcome the challenges of the new era. Serious steps have been taken in health sector and forms are put in action directions with statutory decrees 663 and 694.

In this study, recent developments in Turkish health sector are discussed. The impact, advantages and disadvantages, of statutory decrees and their effect on the sustainability of the health services are analyzed.

GİRİŞ

Birçok ülkede, kamu harcamaları içinde sağlık harcamalarına ayrılan pay artırılmış ve daha etkin bir hizmet sunumu için sorunlara yönelik çözümler üzerinde durulmuştur. Yarı kamusal ve sosyal nitelikli bir mal olan sağlık hizmeti, fayda veya maliyeti kısmen veya tamamen yararlananlara ait olup, pozitif dışsallık özelliği ile toplam faydası yüksek mallar kapsamında olup genellikle devlet tarafından üretilmektedir (Pehlivan, 2003).

Sağlık hizmetleri maliyet artışları, modern çağın getirdikleri, bireysel hizmet beklentilerinde yaşanan değişimler ve teknolojik gelişmeler yönetim anlayışındaki farklılaşmaları beraberinde getirmiştir. Çağın gereği vatandaş odaklı hizmet anlayışı, sağlık çalışmalarına ivme kazandırmış, farklı uygulamalar hızla hayata geçirilmiştir.

2003 yılında hazırlanan sağlıkta dönüşüm programının amaçları arasında, "sağlıkta yönetimin tekrar düzenlenmesi, idari birimlerin görev ve işlevleri belirlenerek Sağlık Bakanlığı'nın denetim ve planlama faaliyetlerinin ele alınması, sağlık tesislerinin yönetsel ve finansal bağımsızlığının sağlanması, temel sağlık hizmetlerinin yaygınlaştırılması ve erişimin kolaylaştırılması, aile hekimlikleri oluşturularak sağlık hizmetlerinin etkinliğinin artırılması" gibi başlıklar yer almaktadır (Başol ve Işık 2015).

Sağlık Bakanlığı'nın organizasyon, koordinasyon, yol gösterici, denetleyici, takip edici ve politika üretici olarak var olduğu bu programın hedefi, halkın sağlık düzeyini yükselterek, maliyetleri düşürerek ve ihtiyaçları ölçüsünde sağlık hizmetlerine ulaşan insanların yine güçleri oranında sağlık finansmanına katkılarını sağlayarak sağlık sistemini oluşturmaktır. Programın ilkeleri ise insan merkezcilik, sürdürülebilirlik, sürekli kalite gelişimi, katılımcılık, uzlaşmacılık ve gönüllülük olarak ifade edilmektedir (Elbek ve Adaş 2009).

Sağlık sektöründeki büyüme sadece ekonomik büyüme olmayıp, yapılan iş ve faaliyetlerde artışla birlikte çeşitlenmekte, gelişen teknoloji ve maliyet kontrolü nedeniyle hastanede yatarak tedavi yerine ayaktan tedavi yaygınlaşmaktadır. Bunun sonucu olarak özellikle gelişmiş ülkelerde son 20 yıldır hastane yatak sayılarında ve hasta yatış sürelerinde azalma, evde bakım hizmetleri, günübirlik cerrahi merkezleri ve acil hizmet birimlerinde artma yaşanmaktadır (Wolper, 2004).

1. SAĞLIK HİZMETLERİNDE YAŞANAN GELİŞMELER

2003 yılı öncesinde ülkemizde sağlık alanında ciddi sıkıntılar mevcuttu. Vatandaş hangi hekime muayene olacağını bilmiyor, seçme gibi bir hak tanınmıyordu. Kamu hastanelerinde üst basamak hastanelere hasta sevk

oranları çok yüksekti. Sosyal güvencesi olsun ya da olmasın vatandaşların çoğu kamu hastanelerinden faydalanabilmek için hekimlerin özel muayenehanelerinden geçmek zorunda kalıyordu. Hasta ve yakınlarının sağlık hizmetlerinden veya personelinden yaşadığı sıkıntıları dile getirebileceği, şikâyette bulunabileceği, hakkını arayabileceği bir sistem yoktu. Evde bakım hizmetleri, palyatif bakım hizmetleri gibi hizmetler verilmiyor, ilaca ve hizmete erişimde büyük zorluklar yaşanıyordu. Süregelen yıllar içerisinde sağlık alanında ciddi iyileştirmeler yaşandı, saydığımız pek çok şey geride kaldı. Bugün hizmet çeşitliliği ve insan odaklı hizmet anlayışı ile hastaların memnuniyeti en üst seviyede tutulmaya özen gösterilmektedir.

1.2. Tedavi Edici Sağlık Hizmetlerinde Gelişim

Ülkemizde 2003 yılından bu yana hastanelerde verilen sağlık hizmetleri sunumunda ve hizmetlere erişimde önemli gelişmeler yaşanmıştır (Atasever, 2016). Bunların arasında, 2003 yılında Sağlık Bakanlığı Tedavi Hizmetleri Genel Müdürlüğü'nün 26.11.2002 tarih ve 119 sayılı genelgesi ile "ödeme yapamadığı için hastaların hastanede rehin tutulmasına dayalı sistem" ortadan kaldırılmıştır (Sağlık Bakanlığı, 2002). Yani hasta, tedavi masrafları için zorunlu rehin kalma ya da senet imzalayarak hastaneden taburcu olma gibi bir durumla karşı karşıya kalmasının önüne geçilmiştir.

2003 yılında Sağlık Bakanlığına bağlı hastanelerde koğuş tipi odalardan içinde banyosu, tuvaleti olan, televizyon ve buzdolabına sahip, en fazla iki kişilik nitelikli oda sistemine geçilmeye başlanmıştır yine aynı yıl hasta haklarıyla ilgili yasal düzenlemeler yapılmış ve hastaneler tarafından hasta hakları birimleri kurulmaya başlanmıştır.

2004 yılında hastalara hekim seçme hakkı tanınmıştır. Ayrıca, Ödeme Gücü Olmayan Vatandaşların Tedavi Giderlerinin Devlet Tarafından Karşılanması ve Yeşil Kart Uygulaması Hakkında Yönetmelikte yapılan değişikliklerle, doksan günün aşılmaması kaydıyla yeşil kart hamili anne ve/veya babanın yeni doğan bebeğinin tedavileri, acil tıbbî müdahaleler ve tedavi için hastaneye yatırılan hastaların tedavileri ile yeşil kart sahiplerinin ayakta tedavi, muayene, tetkik, tahlil, pansuman, diş çekimi ile diş protez ve gözlük hizmetleri ve ilaç bedellerinin devlet tarafından karşılanmasına yönelik düzenlemeler yapılmıştır (Resmi gazete, 2004).

Sağlık alanında yaşanan köklü değişikliklerden biri ise, 6 Ocak 2005 tarihli resmi gazetede yayımlanan Bazı Kamu Kurum ve Kuruluşlarına Ait Sağlık Birimlerinin Sağlık Bakanlığına Devredilmesine Dair Kanun ile Savunma Bakanlığı'na bağlı hastaneler, büyükşehir belediye hastaneleri ve üniversite hastaneleri dışında kalan tüm kamu sağlık kuruluşları Sağlık Bakanlığı'na devredilmesidir. Böylece vatandaşların sosyal güvence ayrımı olmaksızın tüm sağlık olanaklarından eşit şartlarda faydalanılması sağlanmıştır (Resmi gazete, 2005). Sağlık Bakanlığı sağlık hizmetleri konusunda tek yetkili kılınarak farklılık ve eşitsizliklerin önüne geçildiği gibi gerçekleştirilen değişimler tüm kurumları eş zamanlı kapsamıştır.

2008/13 No'lu Acil Sağlık Hizmetlerinin Sunumu konulu Başbakanlık Genelgesi, acil sağlık hizmeti veren tüm sağlık kuruluşlarına, acil vakaları hastanın sağlık güvencesi olup olmadığına veya ödeme gücü bulunup bulunmadığına bakılmaksızın kabul etme ve gerekli tıbbî müdahaleyi gecikmeksizin yapma zorunluluğu getirmiştir (Başbakanlık, 2008). Özel ve devlet hastanesi ayrımı yapılmaksızın tüm hastaneleri kapsamaktadır.

2010 yılı şubat ayında Sağlık Bakanlığı "Merkezi Hastane Randevu Sistemi" uygulaması başlatmış, sağlıkta hizmet kalitesinin artırılması önemli önceliklerinden biri olmuştur (Sağlık Bakanlığı, 2010). 2012 yılı itibarıyla 663 Sayılı Khk ile Türkiye genelinde Kamu Hastane Birlikleri hayata geçirilmiş ve hastane yönetimi konusunda ciddi değişimler yaşanmıştır (Resmi Gazete, 2012).

1.2. Koruyucu ve Önleyici Sağlık Hizmetlerinde Gelişim

1960'lı yıllardan itibaren koruyucu sağlık hizmetleri, birinci basamak sağlık hizmetleri kapsamında olup sağlık ocakları ve sağlık evlerince verilmiş ve bu konuda özellikle herkese ulaşan aşı kampanyaları, gebe takipleri gibi çalışmalarla ana-çocuk sağlığı alanında önemli adımlar atılması sağlanmıştır. Sağlıkta Dönüşüm Programı ile bu kapsamdaki birinci basamak sağlık hizmetleri, modern uygulama şekli olan aile hekimliğine devredilmiştir.

Aile hekimliği; bireyleri biyo-psiko-sosyal çevreleri ile birlikte doğumdan ölüme kadar bir bütün olarak ele alan, bireylere seçme ve tercih etme hakkı tanıyan, sağlık çalışanlarına daha fazla mesleki doyum imkânı veren, motive edici ve gelişmelere açık bir uygulamadır (Akdağ, 2011). Bu sistemle hastanelere gereksiz yığılmaların önüne geçilmeye çalışılmış, kaynakların etkin ve verimli kullanımı hedeflenmiştir. Ayrıca hastalarını tanıyan hekimler ile gereksiz sağlık hizmeti yükü ortadan kaldırılmaya çalışılmıştır.

1.3. Acil Sağlık Hizmetlerinde Gelişim

Ülkemizde acil sağlık hizmetlerinde yaşanan gelişmeler 1980'lerden itibaren önem kazanmasına rağmen, günümüzde çağdaş ülkelerle yarışabilecek boyuta gelmiştir (Köksal 2010, MEB 2011 ve Atasever 2016). Genel anlamda özetleyecek olursak;

1986 yılında, İstanbul, Ankara ve İzmir büyükşehir belediyeleri ve Sağlık Bakanlığı ortak çalışması 077 Hızır Acil Servis, günümüz acil sağlık hizmetlerinin temeli olan hekimli hasta taşıma sistemidir. 1993 yılında ilk ve acil yardım (acil tıp) yeni bir uzmanlık dalı olarak kabul edilmiş, ve uzmanlık eğitimi olarak verilmeye başlanmıştır. 1994 yılında 077 olan Hızır Acil Servis sisteminden 112 Acil Yardım ve Kurtarma sistemine geçilmiş, 1994-1995 yıllarında İstanbul, Ankara ve İzmir'de 112 ekipleri kurulmuştur. 2000 yılında Acil Sağlık Hizmetleri Yönetmeliği ile acil sağlık hizmetlerinin eşit, ulaşılabilir, kaliteli, hızlı ve verimli olarak yürütülmesini sağlamak amacıyla acil sağlık hizmetlerinin sevk ve idaresine dair usul ve esaslar belirlenmiştir (Başbakanlık, 2000). 2004 yılında 25490 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Bakanlar Kurulu Kararı ile sosyal güvencesi olmayan vatandaşlar için 112 acil sağlık hizmetleri ücretsiz hale getirilmiştir bu konudaki mağduriyetlerin önüne geçilmiştir. Ayrıca İl Sağlık Müdürlükleri bünyesinde Ulusal Medikal Kurtarma Ekibi (UMKE) ekipleri kurulmuş ve aktif olarak hizmet sunulmaya başlanmıştır.

Genel anlamda acil sağlık hizmetlerinde ciddi gelişmeler yaşanmış, bireylerin eşit şartlarda ve ücretsiz olarak hizmetten yararlanması sağlanmıştır. Dünya genelinde yaşanan gelişmelerle değerlendirildiğinde, ülkemizde acil hizmetleri konusunda oldukça iyi bir konumdadır.

2. SAĞLIKTA DÖNÜŞÜM PROGRAMININ GETİRDİKLERİ

2003 yılında hayata geçirilen Sağlıkta Dönüşüm Programı kapsamlı bir sağlık reformudur. Bununla beraber sağlık hizmetlerinde daha etkili kaynak tahsisi ve kullanımı için finansman ve tedarik boyutu ayrılmış, yönetim özerkleştirilmiş, sağlık hizmetlerine erişimde eşit olanaklar için genel sağlık sigortası kapsamı ortaya konulmuş, aile hekimliği uygulaması getirilmiş ve anne ve çocuk sağlığı öncelikli duruma gelmiştir.

OECD'ye göre; Sağlıkta Dönüşüm Programı, Türkiye sağlık sektörünün var olan sorunlarının ele alınması ve çözümü için hazırlanmıştır. OECD, bu sorunları aşağıdaki gibi sıralamaktadır (OECD ve World Bank, 2008).

- Orta gelirli ve diğer OECD ülkelerine kıyasla geri kalmış olan ülkelerin sağlık sonuçları
- Sağlık hizmetlerine erişim adaletsizlikleri
- Sağlık hizmetlerinin finansman ve sunumunda verimsizliğe yol açan, mali sürdürülebilirliği zayıf yapı
- Düşük hizmet kalitesi ile hastalara sınırlı cevap verilebilme

Tespit edilen bu sorunların çözümü noktasında ortaya çıkarılan, Sağlıkta Dönüşüm Programı kapsamında planlanan politikalar, halkın sağlık düzeyini artırmayı hedeflemekte, ve bu dönüşüm sekiz ana temada gerçekleştirilmektedir. Bunlar:

1. Planlayıcı ve denetleyici Sağlık Bakanlığı,

2. Tek çatı altında genel sağlık sigortası,

3. Yaygın, erişimi kolay ve güler yüzlü hizmet politikası,

a. Güçlendirilmiş temel sağlık hizmetleri ve aile hekimliği

b. Etkili ve kademeli sevk zinciri

c. İdari ve mali özerkliğe sahip hastaneler,

4. Bilgi ve beceri ile donanmış motivasyonlu insan gücü,

5. Sistemi destleyecek eğitim ve bilim kurumları,

6. Nitelikli ve etkili sağlık hizmetleri için kalite ve akreditasyon,

7. Akılcı ilaç ve malzeme yönetimi için kurumsal yapılanma,

a. Ulusal İlaç Kurumu,

b. Tıbbi Cihaz Kurumu,

8. Karar sürecinde etkili bilgiye erişim: Sağlık Bilgi Sistemi (Sağlık Bakanlığı, 2003).

Yönetsel ve mali konuların başı çektiği bu temalarla ilgili ciddi ilerlemeler kaydedilmiş, bugün artık beklentiler farklılaşmıştır. Parasızlıktan hastanede rehin kalan hastalar yerine tek çatı altında genel sağlık sigortası sistemi, hasta kuyrukları yerine hasta memnuniyeti odaklı sağlık hizmeti anlayışı geçmiştir.

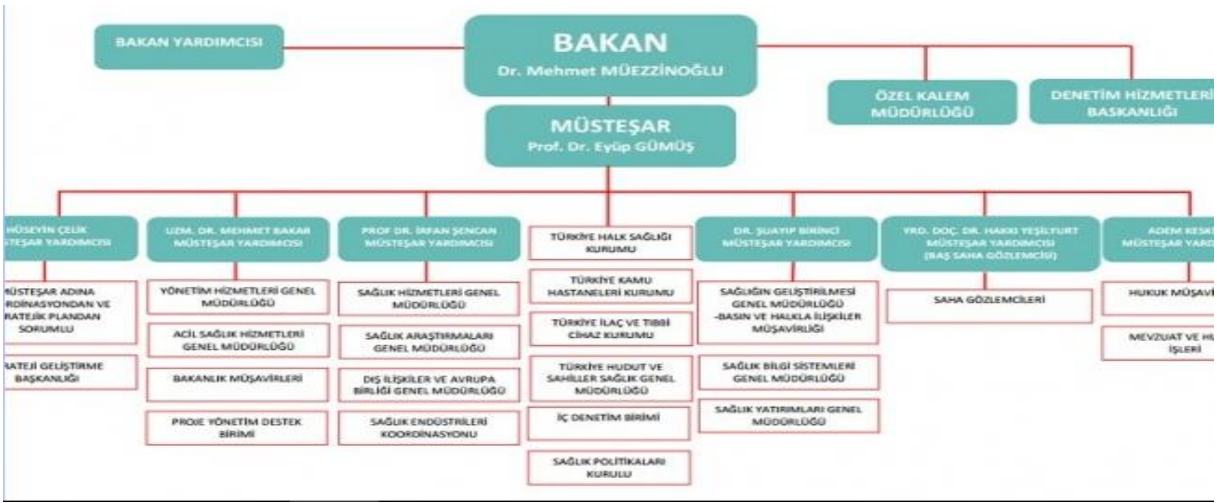
Sağlıkta Dönüşüm Programı ile toplumun tüm sağlık ihtiyaçlarına cevap verebilecek yeni bir sağlık sistemi hedeflenmiştir. Bu konuda en önemli adım, 2 Kasım 2011 tarihli 663 sayılı Sağlık Bakanlığı ve Bağlı Kuruluşlarının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile sağlık hizmetlerinin yönetimi konusunda gerçekleştirilmiştir. Sağlıkta taşra ve merkez teşkilatları arasındaki koordinasyon eksikliği, mevzuat boşlukları, çalışan memnuniyetsizliği, performansa dayalı sağlık sisteminden kaynaklanan sorunlar, finansal sürdürülebilirlik, koruyucu ve tedavi edici sağlık hizmetleri sunumunda yaşanılan zorluklar nedeniyle yapılan bu düzenlemenin amacı, kamu hastanelerinin yerinden yönetilmesi, kalite ve verimliliğin artırılması, sağlık personeli dahil tüm kaynakların yereldeki ihtiyaçlara göre planlanması, vatandaşların ihtiyaçlarına yönelik esnek sağlık hizmeti sunulması, yönetimde şeffaflık ve mali hesap verilebilirliğin artırılmasıdır (Başbakanlık, 663 sayılı KHK).

Merkez teşkilatındaki değişim, Sağlık Bakanlığı'nın temel sorumluluğunu genel sağlık politikalarının belirlenmesi, eşgüdümlemesi ve denetlenmesine indirgeyerek Sağlık Bakanlığı'na bağlı sağlık kuruluşlarının özel işletmeler haline dönüştürülmesidir (Erçetin ve Yolcu 2008). 663 sayılı KHK ile merkezi teşkilatta, kurumsal uzmanlaşma sonucu daha çok sayıda ve çeşitlilikte idari pozisyon, taşrada ise yetki devri sonucu idari ve mali yönetim görevlerinin daha üst düzeyde temsili hedeflenmiştir. Böylece sağlık hizmetlerinin sunulması, finansmanı ve hizmet sunucular arasında koordinasyonun sağlanması, personel rejimi ve hizmetin gördürülme biçiminde bazı değişiklikler ortaya çıkmıştır (Aktel ve ark 2013). 663 Sayılı KHK öncesi sözleşmeli yöneticiler yokken, yöneticiler sözleşme ile istihdam edilmeye başlanmıştır.

Yataklı tedavi kurumlarında verilen hizmetin Kamu Hastane Birlikleri aracılığıyla yürütülmesi, 1. basamak sağlık hizmetlerinin ise Halk Sağlığı Müdürlüklerine devredilmesi ile Bakanlık ve İl Sağlık Müdürlüğü hizmet sunan değil denetleyen bir yapıya kavuşturulmuştur. Taşrada sağlık hizmetleri İl Sağlık Müdürlüğü, Kamu Hastane Birliği ve Halk Sağlığı Müdürlüğü ile koordineli bir şekilde yürütülmesi hedeflenmiştir. Özellikle Kamu Hastane Birliklerinde profesyonel yönetici ve sözleşmeli personel uygulaması ön plana çıkmıştır. "Sağlıkta dönüşüm programı" sağlık alanında örgütlenme, finansman ve sunumuna müdahale ederken diğer taraftan sağlık insangücü ile ilgili olarak da köklü değişiklikler yapmaya çalışmaktadır. İnsan gücünün planlanması, yetiştirilmesi ve istihdamı sağlık çalışanları kadar toplumu da yakından ilgilendirmektedir.

Yeni kamu yönetimi anlayışının sağlık sektörüne yansıması olarak değerlendirebilecek sağlıkta dönüşüm programının, Sağlık Bakanlığının personel rejimine etkisi büyük olmuş, beraberinde yarar ve çelişkileri de beraberinde getirmiştir. 663 sayılı KHK'de Bakanlığın taşra teşkilâtı, "illerde kurulan il sağlık müdürlükleri ile ilçelerde kurulan ilçe sağlık müdürlüklerinden oluşmaktadır. Bu reform, sağlık işletmelerinde yüksek maaşla çalışan yönetici sayılarında artışa neden olarak, verimsiz kaynak kullanımına, yönetsel kademelerde koordinasyon sorununa da neden olmuştur. (Elbek ve Adaş, 2009).

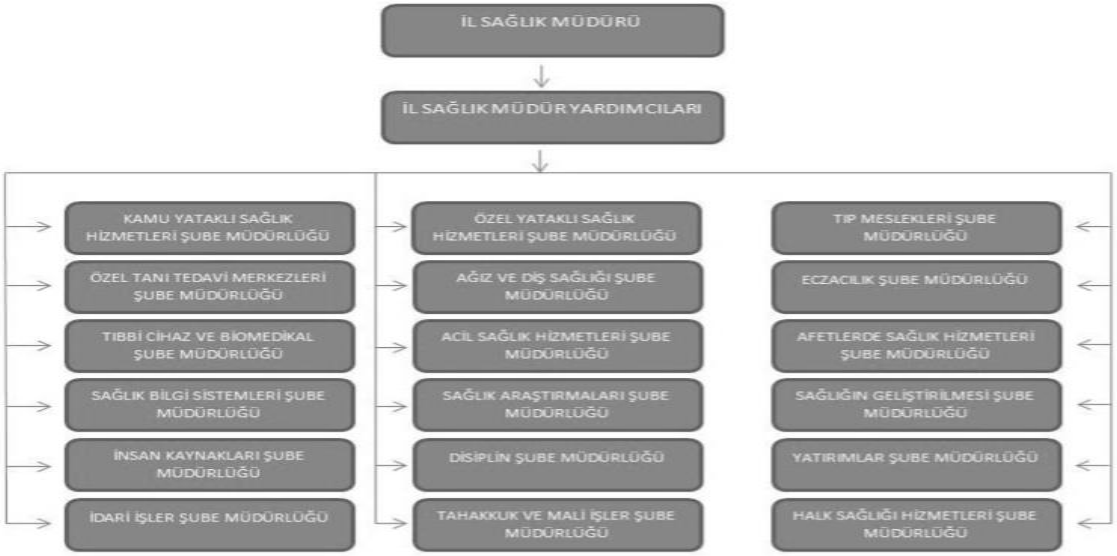
Şekil 1. Sağlık Bakanlığı Merkez Teşkilatı



Kaynak: Sağlık Bakanlığı/https://www.saglik.gov.tr, (E.T: 20/04/2015).

Şekilde görüldüğü üzere Bakanlık merkez teşkilat yapısında Kamu Hastaneleri Kurumu ve Türkiye Halk Sağlığı Kurumu, taşra teşkilatının yönetimini birincil olarak yürütecek ayrı ayrı kurumlardır.

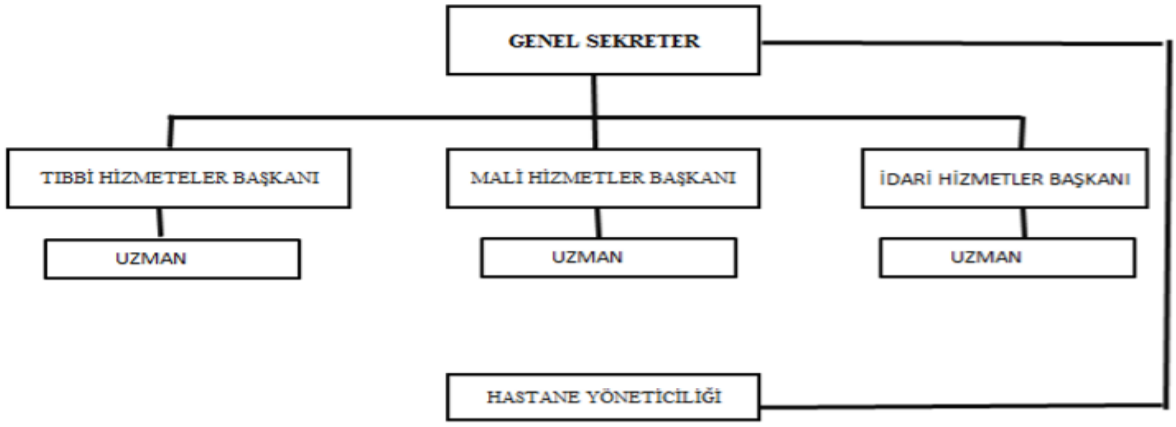
Şekil 2. İl Sağlık Müdürlüğü Teşkilat Yapısı



Kaynak: https://www.google.com.tr/search/görseller, (E.T: 02.05.2018).

İl Sağlık Müdürlüğü bünyesinde kamu hastanelerini ve halk sağlığını ilgilendiren birimler bulunmayıp, bunlar dışında kalan il genelinde tüm sağlık işlerini tek elden yürütmektedir.

Şekil 3. Kamu Hastaneler Birliği Teşkilat Yapısı

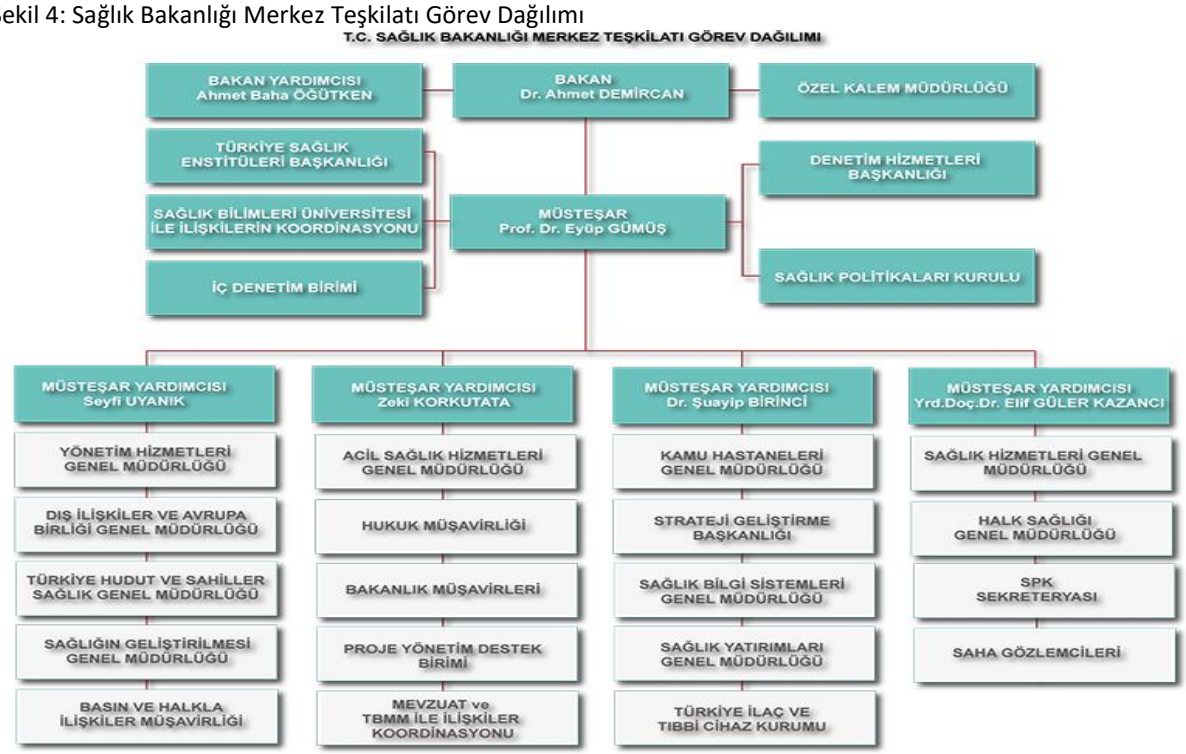


Kaynak: https://www.google.com.tr/search/görseller, (E.T: 02.05.2018).

Kamu Hastaneleri Birlikleri en üstte Genel Sekreter ve ona bağlı 3 başkanlığın bulunduğu bir yapıdan oluşmaktadır. Başkanlıklar idari işler, tıbbi işler ve mali işler başkanlıklarından oluşmaktadır. Genel Sekreterliklerde Genel Sekreterin ve başkanların verdiği görevleri yerine getirmek için uzman kadroları ve büro memurlukları oluşturulmuştur. Uzmanların ve büro memurlarının sayısı ilin büyüklüğüne göre değişmektedir. Hastanelerdeki yapılanma içinde yine hastanenin büyüklüğüne göre hastane yöneticisi, başhekim ve ona bağlı başhekim yardımcıları, idari mali işler müdürü ve ona bağlı idari mali işler müdür yardımcıları, sağlık bakım hizmetleri müdürü ve ona bağlı sağlık bakım hizmetleri müdür yardımcıları, sağlık otelcilik hizmetleri müdürü ve ona bağlı sağlık otelcilik hizmetleri müdür yardımcıları bulunmaktadır.

Personel rejiminde yapılan bu köklü değişimler, zaman içerisinde başlangıç amacını yeterince karşılamadığı için değişiklikleri zorunlu kılmıştır. 663 Sayılı KHK ile değiştirilen sağlık sistemi, çok başlılık, hastane yöneticilerinin yönetimde yeterince söz sahibi olamamasının verdiği iş tatminsizliği ve hizmette aksamalar gibi pek çok sorunu beraberinde getirmiştir. Bu nedenlerle 2017 yılında yayımlanan 694 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile sağlık sistemi tek çatı altında birleştirilmiştiri.

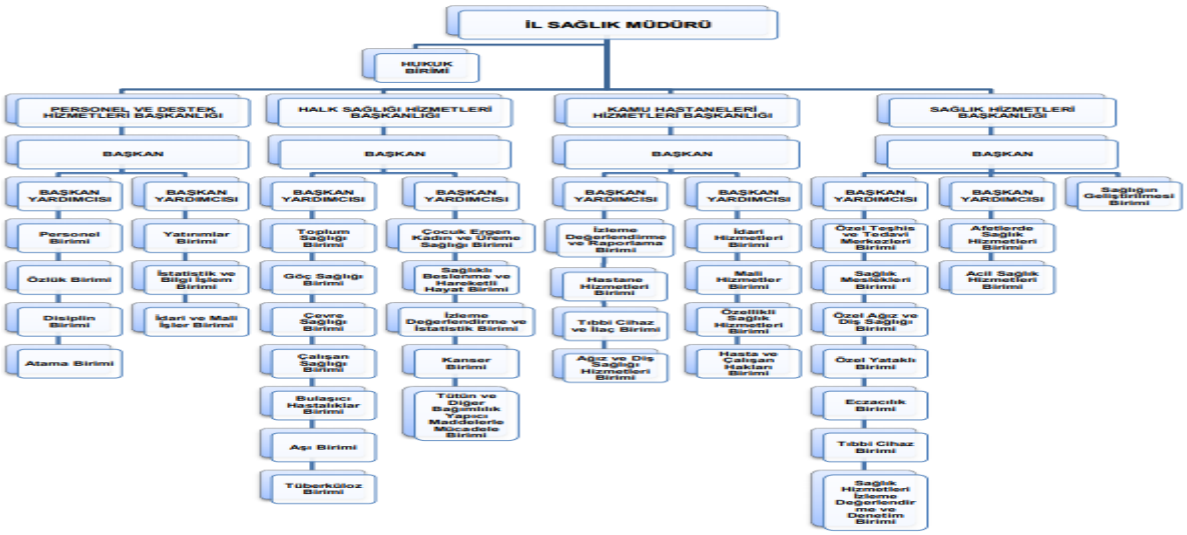
Şekil 4: Sağlık Bakanlığı Merkez Teşkilatı Görev Dağılımı



Kaynak: https://www.saglik.gov.tr/TR,11444/teskilat-semasi.html, (E.T: 02.05.2018).

Kamu Hastaneleri Kurumu ve Türkiye Halk Sağlığı Kurumu, bağlı kuruluş statüleri kaldırılarak merkez teşkilatında "Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü, Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü olarak Genel Müdürlük haline dönüştürülmüşlerdir. Böylece kurumlar arasında yaşanan iletişim ve koordinasyon eksikliği ortadan kaldırılmaya çalışılmıştır.

Şekil 5: İl Sağlık Müdürlüğü Teşkilat Şeması



Kaynak: Tekirdağ İl Sağlık Müdürlüğü, https://dosyaism.saglik.gov.tr/Eklenti, (E.T: 02.05.2018).

İl Sağlık Müdürlükleri bünyesinde, Sağlık Müdürünün yönetiminde, Personel ve Destek Hizmetleri Başkanlığı, Halk Sağlığı Hizmetleri Başkanlığı, Kamu Hastaneleri Himetleri Başkanlığı, Sağlık Hizmetleri Başkanlığı olmak üzere dört başkanlık kurulmuştur. Her başkana iki başkan yardımcısı ve yeter sayıda uzman atanmıştır. Hiyerarşik açıdan 663 sayılı KHK ile yönetim kademesinde oluşturulan fazla kadrolar, bu yeni sistemde devam etmektedir.

694 Sayılı KHK ile tek çatı altında birleştirilen sağlıkta yapılan değişikliklerin başlıcaları aşağıda sıralanmıştır.

- Kamu Hastaneleri Birliği Genel Sekreterlikleri yapılanmasına son verilmiştir.
- Sağlık Bakanlığı taşra teşkilatı, İl Sağlık Müdürlüğü çatısı altında toplanmıştır.
- Hastaneleri yeniden başhekimlerin yönetmesi düzenlenmiş; sözleşmeli çalıştırma il sağlık müdürlerini içerecek şekilde yaygınlaştırılmıştır.
- Sağlık Bakanlığı yurt dışında, insani ve teknik yardım amacı dışında da sağlık kuruluşu açıp işletebilecektir.
- Hekimler, Bakanlığın uygun görmesi halinde 72 yaşına kadar aile hekimliği ya da Sağlık Bakanlığı'na bağlı sağlık kuruluşlarında çalışmaya devam edebilecektir.
- Sağlık Bakanlığına bağlı sağlık kuruluşlarında asker hekimler görevlendirilebilecektir.
- Sağlık hizmetlerinden yararlanma şartlarında değişiklikler yapılmıştır. Buna göre, madde bağımlılığı tedavisinden yararlanacak kişiler, 18 yaşını doldurmamış olanlarla, tıbben başkanın bakımına muhtaç olanlar, acil haller, iş kazası ile meslek hastalığından yararlananların kriterleri ile aynı haklara sahip olacak.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ülkemizde en çok değişim ve gelişimin, insan odaklı hizmet anlayışının yaşandığı sektör, sağlıktır. Hizmet çeşitliliğinde artış ve sağlık hizmetlerine erişimde sağlanan kolaylıklar sayesinde toplumun sağlığa bakış açısında ve beklentilerinde fark yaratılmıştır. Özellikle sağlığın korunması ve sağlıklı yaşamla ilgili bilinç oluşturulmaya ve yaygınlaştırılmaya çalışılmış, kamu spotları ve Sağlık Bakanlığının gerçekleştirdiği kampanyalarla teşfik sağlanmış, insanlarda farkındalık oluşturulmuştur. Geniş bir yelpazeye sahip sağlık hizmetlerinde yaşanan bu gelişmeler, yönetimsel açıdan da değişimi zorunlu hale getirmiştir. Bir çok yasal düzenleme ile birlikte Sağlıkta Dönüşüm Programı çerçevesinde planlanan çalışmalar adım adım hayata geçirilmiştir.

Bürokrasi ve hiyerarşi azaltılarak sağlıkta hantal yapının değişimi için atılan adımlar, kısmen yerinde olsa da belirli bir zaman sonra değişime zorlamış, revizyona uğramıştır. 2011 yılında yürülüğe giren 663 sayılı KHK'nın getirdiği uygulamaların 2017 yılında çıkarılan 694 sayılı KHK ile değiştirilmesi gibi. 663 Sayılı KHK ile bambaşka bir sağlık sisteminin temelleri atılmış, Halk Sağlığı Kurumu, İl Sağlık Müdürlüğü, Kamu Hastaneleri Kurumu ayrı ayrı yönetim ve ayrıştırılarak hizmet anlayışı benimsenmiştir. Bölünmenin verdiği hareket kabiliyeti, yönetimsel tüm işlemlerin, kararları alma, planlama, uygulama, denetleme gibi hız kazanmasına neden olmuş ancak her kurumda aynı birimlerin ayrı tahsisi ile personelin verimli kullanılması sağlanamamış, bilgi akışının ayrı ayrı sağlanması konsolide edilmesini güçleştirmiş, taşra teşkilatının iş yükünü ciddi anlamda artırmıştır. Sektörde çok başlılık, iletişim ve koordinasyon eksikliğini de beraberinde getirmiş, yeni kadrolar açılması dışında beklenen sonucu vermemiştir.

Yöneticilerin sözleşmeli olarak çalışması, sektör dışından yönetici atanmasına olanak sağlanması, dışarıdan daha profesyonel bir yönetim anlayışını getireceği düşünülse de, tecrübesiz sektör dışı kişilerin yönetimine mahkum sağlık tesislerinin olmasını engelleyemedi. 663 Sayılı KHK ile sağlık sisteminde yapılan değişiklerin istenilen sonucu vermemesi nedeniyle 694 sayılı KHK ile yapılan düzenleme Halk Sağlığı Kurumu, İl Sağlık Müdürlüğü, Kamu Hastaneleri Kurumunu tek çatı altında, Sağlık Müdürlüğü bünyesinde birleştirmiştir. Tepe yönetim ile sağlık sisteminin koordinasyonu sağlanmak istenmiş ancak daha fazla yönetimsel kadro oluşturulmuştur. Bu değişiklikte sözleşmeli yönetici atama uygulaması devam etmekte olup, kurum adına avantajı kadar dezavantajı da olan bir sistemdir. Sözleşmeli yöneticilik durumu, beraber çalıştığı personel üzerinde yaptırımı azaltmakta, politik oyunlar oynanmasına zemin hazırlamaktadır. Bu kaygılar nedeniyle yönetici, özüne uygun yönetim felsefesi ile yönetim anlayışından uzaklaşmaktadır. Bundan sonraki süreçte uygulamada ortaya çıkan aksaklık ve eksiklikler de göz önünde bulundurularak, süregelen değişimlerin kültürel farklılıklarımız ve bakış açılarımızı da kapsayan esnek bir yapıda ve yönetimsel açıdan hareket manevralarını kısıtlamadan oluşturulması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

Akdağ R. (2011). Türkiye'de Sağlıkta Dönüşüm Programı Değerlendirme Raporu, (2003-2010).

Aktel M., Altan Y., Kerman U. ve Eke E. (2013) "Türkiye'de Sağlık Politikalarının Dönüşümü: Sağlık Bakanlığı'nın Taşra Örgütlenmesi Üzerine Bir Analiz", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15(2), s.49.

Atasever M. (2016), Türkiye Sağlık Sisteminde Sağlanan Gelişmeler, Ankara, SASAM Enstitüsü Yayınları

Başol E. ve Işık A. (2015) "Türkiye'de Sağlık Politikalarında Güncel Gelişmeler: Sağlıkta Dönüşüm Programından Günümüze Bazı Değerlendirme ve Öneriler", IAAOJ Social Science, 2(2), s.1-26.

Elbek O. ve Adaş E., B. (2009) "Sağlıkta Dönüşüm: Eleştirel Bir Değerlendirme", Türkiye Psikiyatri Derneği Bülteni, 12(1), s.33-44.

OECD, World Bank. (2008). OECD Sağlık Sistemi İncelemeleri, Türkiye, OECD ve IBRDle 14, 15-43.

Pehlivan O, (2003), "Kamu Maliyesi", Derya Kitabevi, Trabzon, 2003.

T.C. Sağlık Bakanlığı, T.C Sağlık Bakanlığı Stratejik Plan (2010-2014), T.C. Sağlık Bakanlığı Yayın No: 788, ISBN: 978-975-590-315-6.

Wolper LF (ed.). (2004) Health Care Administration: Planning, Implementing, and Managing Organized Delivery Systems. Fourth Edition, Jones and Bartlett Publishers,s.374-5.

Başbakanlık Mevzuat Bilgi Sistemi, "Acil Sağlık Hizmetlerinin Sunumu", https://www.ttb.org.tr/mevzuat/index.php?option=com_content&view=article&id=594:ac-saik-hmetler-sunumu-konulu-baakanlik-genelges&catid=3:tebligenelge&Itemid=35, (Erişim Tarihi: 10/05/2018).

Başbakanlık Mevzuat Bilgi Sistemi, "Acil Sağlık Hizmetleri Yönetmeliği", http://mevzuat.basbakanlik.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.4798&MevzuatIliski=0&, (Erişim Tarihi: 10/05/2018).

Google com. tr, "teşkilat şemaları", https://www.google.com.tr/search/görseller, (Erişim Tarihi: 02.05.2018)

Resmi Gazete, "Ödeme Gücü Olmayan Vatandaşların Tedavi Giderlerinin Devlet Tarafından Karşılanması ve Yeşil Kart Uygulaması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına İlişkin Yönetmelik" http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2004/12/20041222.htm#11, (Erişim Tarihi: 10/05/2018).

Resmi Gazete, "Bazı Kamu Kurum ve Kuruluşlarına Ait Sağlık Birimlerinin Sağlık Bakanlığına Devredilmesine Dair Kanun" http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/01/20050119M1-1.htm, (Erişim Tarihi: 10/05/2018).

Resmi Gazete, "Sağlık Bakanlığı ve Bağlı Kuruluşlarının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname", http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/11/20111102M1-3.htm, (Erişim Tarihi: 10/05/2018).

Sağlık Bakanlığı, "Merkezi Hastane Randevu Sistemi Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönerge", https://www.saglik.gov.tr/TR,11289/merkezi-hekim-randevu-sistemi-calisma-usul-ve-esaslari-hakkinda-yonerge.html, (Erişim Tarihi: 10/05/2018).

Sağlık Bakanlığı, 26.11.2002 Tarih ve 119 Sayılı Genelge, (Erişim Tarihi: 10/05/2018).

Sağlık Bakanlığı, "Sağlıkta Dönüşüm Programı", https://www.saglik.gov.tr/TR,11415/saglikta-donusum-programi.html, (Erişim Tarihi: 10/05/2018).

15. Asır Divan Şairi Fethî Hüdâyî ve Divanı

Dr. Yeliz YASAK PERAN[1]

[1]Kırklareli Anadolu Lisesi Türk Dili ve Edebiyatı Öğretmeni, yyeliz_78@hotmail.com.

Özet: Bu çalışma 15. yüzyıl şairi Fethî Hüdâyî'yi ve tek nüshası "Milli Kütüphane Yazma Eserler Bölümü 06 Mil. Yz. FB. 256" numarada kayıtlı olan divanını tanıtmak amacıyla hazırlanmıştır. 328 varak olan divan, başından ve sonundan eksiktir. 1410 manzumenin yer aldığı divanın 104 manzumesi, eksik varaklardan dolayı tespit edilememiştir. Kaynaklarda kendisiyle ilgili pek bilgi bulamadığımız şair hakkındaki bilgiler, 1306 şiirini tespit ettiğimiz divanından elde ettiğimiz ipuçları doğrultusunda hazırlanmıştır. "Sicill-i Osmânî" ve "Atâ Tarîhi" adlı eserlerde Enderunlu olduğu, II. Bâyezîd'in kölelerinden olup Sultan Süleyman Han'a lalalık yaptığı, İstanbul Fatih'teki Bâlî Paşa Camisi'nde medfun olduğu yazılıdır. Divanda bu camiye yazılmış "Medh-i İmâret-i Şâh" başlıklı bir methiye dikkati çekmektedir. Şairin Bâlî Paşa Camisi ve II. Bâyezîd için yazdığı beş kaside şairin yaşadığı dönemi anlamamıza yardımcı olmakla birlikte divanda defalarca hicvedilen İbrahim Paşa, İbrahim Paşa'nın yanında adı geçen Molla Kadıasker Fenârî, Hacı İvaz Paşa, Umur Bey gibi isimler bizi şairin yaşadığı döneme götürmektedir. Bu çalışma "Şairin Hayatı, Kişiliği ve Sanatı", " Şairin Şiirlerinin Şekil ve Muhteva Bakımından Değerlendirilmesi", "Divanın Dil Özellikleri" alt başlıklarından oluşmaktadır. Fethî Hüdâyî, bir kısmı eksik olan hacimli divanı, dönemini aksettiren şiirlerinin içeriği ile yaşadığı yüzyılın önemli bir tanığı ve şairi olarak karşımıza çıkmaktadır. Tarihimizin ve kültürümüzün bir dönemini yansıtması, şiirlerindeki bazı tasavvufi unsurların orijinalliği, Türkçeye verdiği önem ve Türkçeciliği, şiirlerinin dil özellikleri dikkate alındığında Fethî Hüdâyî'nin edebiyat ve kültür tarihimiz açısından önemli bir isim olarak değerlendirilebileceği kanaatindeyiz.

Anahtar Kelimeler: Fethî Hüdâyî, Divan, 15. Yüzyıl, Tasavvuf, Vahdet

1. GİRİŞ

15. asırda kültür ve medeniyet sahasında ilerlemeler olmuş, edebi sahada etkili olan Türk dili ve kültürü saray ve orduyla beraber yüksek memurların da dili haline gelmiştir. Türkçenin devlet dili olması için çabalayan II. Murad; ilim sanat ve kültüre değer vermiş, kendisi de şiirle meşgul olmuştur. Onun bu faaliyetleri gerçekleştirmesinde şairliğinin de büyük etkisi olmuştur. Döneminin bilginlerinin Mısır, İran ve Kırım, Kahire gibi meşhur ilim merkezlerinde eğitim almalarını sağlamıştır.

Döneminde çok meşhur alimler yetişmesine sebep olan II. Murad şuurlu bir Türkçecidir ve o, yabancı eserlerden Türkçeye yapılan tercümelerde mütercimlerin sade, açık bir dil kullanmalarını, tavsiye etmiştir.

Fatih döneminde de Türk dili ve edebiyatı büyük bir ilerleme kaydetmiş, onun müspet ilimlere olan merakı, Osmanlı kültür alanının çehresini değiştirmiştir. Nitekim Türkistan'dan İstanbul'a gelen Ali Kuşçu bu değişikliğin önemli örneklerindendir. Dönemin şairleri, Mahmut Paşa, II. Bayezid, Cem Sultan ve Fatih olmak üzere dört grup halinde toplanmışlardır.

II. Bayezid devrinin başlarında Türkçe bir kültür dili olarak gelişmesini tamamlamış, Anadolu ve Rumeli tam bir şairler kaynağı, İstanbul da tam bir bilim ve kültür merkezi haline gelmiştir. Babasının zamanındaki ileri fikir hayatı zayıflamış, daha çok muhafazakar alimler söz sahibi olmuştur. Bayezid de Molla Cami'ye babası gibi yılda bin filori göndermeye devam etmiştir. Onun devrinde şairler rahat bir hayat sürmüşlerdir. Ahmet Paşa ve Necati Bey gibi şairler en güzel şiirlerini, bu dönemde yazmışlardır. Zati ilk şöhretini bu dönemde kazanmıştır(Şentürk, 2007: 118-125)[1]

II. Bayezid harem-i hümayun gılmanlarından olan Fethî Hüdâyî'nin yaşadığı dönemin sosyal, siyasal ve kültürel faliyetlerinin bilinmesi, onun eserinin anlaşılması bakımından önem taşımaktadır. Şairin eserinde yaşadığı dönemin izleri görülmektedir. Bu izler onun yaşadığı döneme dair bazı hususları açıklayacaktır.

2. ŞAİRİN HAYATI, KİŞİLİĞİ, SANATI

Kaynaklarda hakkında pek fazla bilgi bulunmayan şair Kenan Fethî Bey'in hayatına dair en önemli kaynak divanıdır. Sicill-i Osmânî 'de şair hakkındaki bilgi şöyledir:

[1] "Ahmet Atilla Şentürk, Ahmet Kartal *Eski Türk Edebiyatı Tarihi*, Dergah Yayınları, İstanbul 2007, s.118-125

"Sultan Beyâzîdî Sânî kölelerinden olup Sultân Süleymân Hân'a lala olmuştur. Vefâtında Bâlî Paşa'ya defnedildi. Şuarâdandır(Süreyya, 1318: 83)."

Tayyârzâde Atâ'nın, "Atâ Tarîħi" adlı eserinde Fethî Hüdâyî bahsi şöyledir:

"Enderunî Kenan Hüdayî Bey'in Kerime-i Muhtereme-i Beyâzîd Hânî Hümâ Sultan Cami'ine Tarihi:"

"FeØilâtün MefâØilün FeØilün"

"Yapdı bu câmii Hümâ Hatun
Bint-i İskender-i zamân ol mâh

Hak kabul ide gösterüp didâr
Kıla mahşerde şefaât ana ilâh

Didi anın Hüdâyî tarihin
Mescid-i ümmet-i Resûlullâh" [(910), (Aslan, 2010: 107)]

Fethî Hüdâyî II. Bâyezîd döneminde yaşamıştır ve Kanûnî Sultan Süleymân'a lalalık yapmıştır. Enderundan yetişmiştir. İstanbul Bâlî Paşa Câmîsi'ne düşürdüğü tarihten şairin 1504 yılında hayatta olduğu anlaşılmaktadır. "Çandarlı İbrahim Paşa, Molla Kadıasker Fenârî, Hacı İvaz Paşa ve Timurtaş Paşa'nın oğlu Umur Bey" gibi önemli devlet adamları ve alimlerle aynı dönemde yaşamıştır. Şair, özellikle Çandarlı İbrahim Paşa ve Molla Fenârî'yi etrafındakilere yaptıkları haksızlıklardan dolayı eleştirmiştir. Umur Bey'in tahrip edilen imarethanesi için on yedi beyitlik bir hicviye yazmıştır. Fethî Hüdâyî Dîvânı'nda devlet adamları ve alimlerin yanı sıra dönemin meşhur şairlerinin izlerini de görmek mümkündür. Divanda Üsküplü Zârî'nin sadece ismi zikredilmekle beraber Fethî Hüdâyî Dîvânı'nda özellikle dil hususiyetleri bakımından 15. yüzyılın ünlü şairi Necâtî Bey'in tesiri görülmektedir.

Doğum yeri ve tarihini bilmediğimiz şairin aile hayatı hakkında da elimizde bilgi bulunmamakla beraber şairin evlenme arzusunda olduğu kanaatindeyiz. Divanında sık sık müzik terimlerini kullanan şairin müzikle alakalı olduğunu ve kopuz çaldığını söyleyebiliriz. Şair, sünnidir ve Hz. Muhammed'e gönülden bağlıdır. II. Bâyezîd dönemindeki korkunç kıtlık yıllarını yaşamış ve bunu eserine de aksettirmiştir.

Şairin kişiliği tasavvufla yoğrulmuştur. Şairin şiirlerinin çoğunu "*aşk ve vahdet"* düşüncesi ekseninde şekillendirdiği görülmektedir. Fethî Hüdâyî, Hak nuru olarak nitelendirdiği Kur'an'ı sinesine çerağ yapmış, Allah'ı methetmeyi ve daima onu anlatmayı kendisine amaç edinmiş bir şairdir. O, şiirlerinin çoğunda erenlerle olan bağlantısını dile getirmiştir. Kendisini bir miskin olarak değerlendiren şairin miskinliğini giderip onu gafletten uyandıran erenlerdir. Bu bağlamda şair bazen denizlerde yüzen bir bahri, bazen de bir derviş edasıyla hakkı aramış, erbain ve halvette Hak'tan ayrı olmadığını, ariflerin sohbetiyle gönül gözünün açıldığı ifade etmiştir.

Fethî Hüdâyî'nin, tasavvufi kimliğinin yanında cesur, pervasız, doğruluk ve dürüstlüğe önem veren bir karakteri vardır. Şaire göre insanoğlunun okuduğu ilm ile amel etmesi gerekir, çünkü amelsiz ilimin insana hiçbir faydası yoktur. Ona göre amelsiz ilim sahipleri "ke meseli'l- himâr" olarak değerlendirilmiştir. Şair; cömert, tevazu sahibi, emek ve çabaya önem veren, gamsız ve düşüncesiz insanları eleştiren, hırslı olmamayı öğütleyen, sabırlı olmaya önem veren, gönül yapmanın ibadetten daha önemli olduğunu söyleyen, iki yüzlülüğe daima karşı çıkan, edepli olmayı yücelten, hem ruh hem de beden temizliğine önem veren, kerem sahibi, insaflı, daima iyilikten yana olan, empati yapmanın önemini bilen, kanaat ve tevekkül sahibi olmak gibi yüce hasretleri kendisinde toplayan bir kişiliğe sahiptir.

Milli Kütüphane 06 Mil Yz. FB. 256 kayıtlı divanı şairin şu anki bilgilerimize göre mevcut tek eseridir. Oldukça hacimli olan eser gayr-ı müretteptir. Fethî Hüdâyî Dîvânı'nın orijinal bir özelliği şiirlerini numaralandırmış olmasıdır. Şair, şiirlerini birden başlayıp 1410'a kadar numaralandırmıştır. Fethî Hüdâyî, divanını sadece numaralandırmakla da kalmamış, yazdığı manzumeleri yüzer yüzer de gruplandırarak her yüz manzumeden sonra başladığı yeni manzumede kaçıncı şiire başlayacağını şairâne bir üslupla ifade etmiştir. Orijinallik olarak nitelendirdiğimiz bu özellik sadece 200, 400 ve 1400'üncü manzumelerde görülmemektedir. 300'üncü manzume metin eksik olduğu için tarafımızdan tespit edilememiştir. Bütün bunların yanında 501, 601, 1101, sayılı manzumelerde şair, birlik fikrinden bahs etmiş, kullandığı sayılar ile metnin ana temalarından biri olan "**birlik (vahdet)"** konusunu, bir başka deyişle şekil ile muhtevayı, sanatkârane bir tarzla bir potada eritmeyi başarmıştır. Divanda bunu örnekleyen beyitler şunlardır:

Ki baĥrī oldum uş uşda deñizlerden **yüze** geldüm

Getürüp sözleri dile o dür gibi dize geldüm
(100/1)
Girü yüzden berī uş **bire** geldük
O **bir**leyüp Ĥaḳ'ı tekbīre geldük
(102/1)
Tamām **beş yüzden aşdı altı yüze**
Daḳīḳī maǾnevīler geldi söze

Bu **beş yüzi tamām** ki bunda ḳılduḳ
Ol **altı yüze** ḳalem ele alduḳ
(500/1,2)
Girü başlayalum **birden** dutalum
İkiligi ḳoyup **bire** yetelüm
(501/1)

Tamām oldı vü **biş yüz altı yüze**
Uş ebyātı getürdik nažma düze
(600/1)
Başladıḳ **birden** yine **yedi yüze**
Vechi maǾnī gelüben gör ne göze
(601/1)

Ne başlandı **sekiz yüz evveline**
Tamām oldı **yedi yüz** uş biline
(701/1)
Sekiz yüzde ki söz oldı tamāmī
Doḳuz yüze kim oldı ol ikāmī
(801/1)

Bine irdi uş **tokuz yüz sürülüp**
Ol raḳam uş rabīŧaya urulup
(901/1)

Girü **biñ bire** yetürdük bu fikri
Düzetdüḳ **biñ bire** dilde o zikri
(1001/1)
Yüze geldüm Ǿışḳ deñizin gezerem
Baĥrī oldum dürlerini süzerem
(1100/1)

Ol ki **bir**di söylerem ol **birdür** ol
Cümle işe eyle ki **ḳādir**dür ol
(1101/1)
Geçüp **yüzü yüzü yüzden** dönüldi
Ol **üç yüze iki yüzden** gönildi
(1201/1)
Girü **üç** y**üzdenü dört yüze** geldük
Deñizlerden güherler süze geldük
(1301/1)

Fethî Hüdâyî'nin tasavvuf anlayışı; "Allah, birlik, varlık, yokluk, aşk ve yaratılmış her şey hakkındaki derin bir algıdan, aşkın insanı Allah'a ulaştıracak en büyük güç olduğunu anlatan bir derinlikten" ibarettir. Onun tasavvufi kişiliğinin şiirlerine yansıdığı, Allah'ın cemalinin vasfını anlatmak için eline kağıt, kalem alan şairin elindeki kağıdın tutuştuğu, hüznünü terennüm ederken şairin dilini kavala benzettiği tespitlerimiz arasındadır. Allah, şairin görüntüsünde yani dışında değil aynı zamanda fikrinde, sözünde ve gönlündedir. Bu yüzden de onun şiirlerinde beşerî aşkı anlatan bir tek manzumeye rastlanmadığı, şairin tamamıyla "İlahî aşkı" anlattığı

görülmektedir. Şair, her şeyi kün emriyle yaratan Hakk'a âşıktır. Şairin şiirleri konu bakımından değerlendirdiğinde Fethî Hüdâyî'nin Allah'ın yarattığı her şeye ibretle bakmayı ve bunlarda yaradılışın manasını görmeyi nasihat eden "hakîmane üslubu", "ibretnâme ve nasihatnâme" tarzındaki şiirleri dikkatimizi çekmektedir. Bunların yanında şairin şiirlerinde oldukça realist ögelere de rastlanmıştır. Şairin bir bahar tasviri yaparken ya da bir meclisi anlatırken oldukça gerçekçi ögelere yer verdiği görülmektedir.

Şair, "Fethî" ve "Hüdâyî" olmak üzere iki mahlas kullanmıştır. Fethî Hüdâyî'nin divanında "Mantıku't-Tayr, Gülşen-i Râz, Varka ile Gülşah, Nusha- i Câmî" gibi önemli eserlere yer verdiği de görülmektedir. Divanda yer alan bir başka özellik de şairin bir ahenk unsuru olarak kelime oyunlarına yer vermesi ve böylece sözü etkili kılmaya çalışmasıdır. Divanda "şair" kelimesinin sadece bir defa kullanıldığı, şairin rintlik ile şairliği birlikte ele aldığı ve rintliği şairde bulunması gereken bir özellik olarak değerlendirdiği görülmektedir. Arapça, Farsça ve Türkçe şiirler yazdığını söyleyen şair, sözlerinin kendine has bir usulü olduğunu vurgulamaktadır.

Şairin, divanıyla ilgili kendi yaptığı değerlendirmelerde eserini Hakk'a ulaşmada bir araç olarak gördüğünü, divanını birisi için yazdığını, orada anlattığı her şeyin kendi hâlinin vasfı olduğunu, Allah'ın zikri ve fikriyle hoş bir divan tertip ettiğini söylediği tespit edilmiştir. Şaire göre sözün kıymetinin bilinmesi gerekmektedir. Şair, sözün kıymetini bilmeyenlerden şikâyet etmiştir. Sözün kısası değerlidir. Şairin sözleri duyanlara dudak ısırtacak derecede şaşırtıcıdır. Sözleri hakkında inci, cevher, şeker gibi benzetmeler yapan şair için sözlerinin kabul görmesi de önemlidir. O, cevher dükkânı olarak nitelendirdiği şairler meclisinde şiirlerinin sayfa sayfa okunduğunu ve böylece amacına ulaştığını ifade etmiştir. Kendi şairliği ile övünen Fethî Hüdâyî şiirlerinin güneş gibi nurlu, pek çok gazelinin de hikmet tarzında yol gösterici olduğunu söylemektedir.

Şairin şiirleri hakkında şekil ve mana bakımından bir değerlendirme yapılacak olursa şairin manaya şekilden daha çok önem verdiği görülür. Şeklin varlığı mana içindir. Mananın *"hub, latif, görklü, münevver, mülebbes"* olmak gibi özellikleri vardır. Manadan anlamayanların şairin gözünde hayvan olarak değerlendirildiği görülür. Şiirinin şekil özellikleriyle ilgili tespitlerimizde de şairin, divanda "vezin, kafiye, gazel, mesnevi" kelimelerini kullandığını, nesirden ziyade nazma önem verdiğini, sevgilinin methini de nazım ile yapmayı uygun gördüğünü söylemek gerekir. O, her ne kadar aralarında bir ayrım yapsa da aslında şekil ile mananın birbiriyle bağlantılı olduğu söylemektedir. Şekilsiz mana eksik ve parçalanmıştır. Divanda harf, savt ve mananın birlik içinde olduğu ifade edilmiştir. Divanda şairin bazı şiirlerinde Yûnus'un ve Mevlânâ'nın tesirleri sezilmektedir. Onun şiirlerinde "bahr, umman" kelimelerin ikili kullanımıyla Mevlânâ'nın, özellikle "miskin ve ahi" kelimelerini kullanırken de Yûnus'un tesirlerini sezmek mümkündür.

3. ŞAİRİN ŞİİRLERİNİN ŞEKİL VE MUHTEVA BAKIMINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1. Şiirlerinin Şekil Özellikleri

Divanda yer alan 1306 şiirin "39"u kaside, "1186"sı gazel ve "81"i de mesnevidir. Kasidelerde beyit sayısı "9" ile "32" arasında değişmektedir. Gazellerde ise yaygın olarak kullanılan beyit sayısı "7"dir. Bununla beraber 5 beyitli "1" gazel, 6 beyitli "2" gazel, 8 beyitli "17" gazel, 9 beyitli "39" gazel, 10 beyitli "2" gazel, 11 beyitli "12" gazel, 13 beyitli "1" gazel, 14 beyitli "1" gazel ve 21 beyitli "1" gazel bulunmaktadır.

Mesneviler arasında 7 beyitli "2" mesnevi bulunmakla beraber mesnevilerin beyit sayısı "8-27" olarak değişmektedir. Divandaki en uzun mesnevi ise "38" beyittir.

Divanda "*tevhid, münacat, bahariyyat, nasihatname, nasihatgûne, firakname, ibretname, hayretname, nat, methiye, hicviye ve dariyye"* türünde şiirler bulunmaktadır. Bunlardan "*tevhid, münacat, bahariyyat, nasihatname, nasihatgûne, firakname, ibretname, hayretname"* türünde olan şiirlere tür adı şair tarafından şiirin başına yazılmıştır. Divanda "bahariyyat" başlıklı "7" manzume bulunmaktadır.

Gazellerde vezin olarak "*müctes, hezec, recez, remel, hafif, münserih, muzârî, serî, kâmil"* bahirleri kullanılmıştır. Bunlar arasında hezec bahrinin "*MefāÓīlün MefāÓīlün FeÓūlün*" ile remel bahrinin *"FāÓilātün FāÓilātün FāÓilün*" kalıpları en çok gazel yazılan aruz kalıplarıdır. Kasidelerde "*hezec, müctes, remel ve rec*ez" bahirleri kullanılmıştır. Gazellerde olduğu gibi kasidelerde de en çok hezec bahrinin "*MefāÓīlün MefāÓīlün FeÓūlün*" kalıbı kullanılmıştır. Mesnevilerde ise *"müctes, hezec, remel ve hafif"* bahirleri kullanılmıştır. Mesnevilerde de en çok hezec bahrinin "*MefāÓīlün MefāÓīlün FeÓūlün*" ile remel bahrinin *"FāÓilātün FāÓilātün FāÓilün*" kalıpları en çok mesnevi yazılan aruz kalıplarıdır. Bütün bunlar aruz ölçüsünün Türk şiirinde kullanılan "10" bahrinin bulunduğu, tüm şiirlerin dörtte üçünün yalnızca "*remel ve hecez"* bahirlerinin kalıplarıyla söylendiği, "*serî, mütekârip, kâmil"* bahirlerinin kalıplarının da çok az kullanıldığı sonucunu desteklemektedir.

Mesnevilerde şekil gereği redif ve kafiye tespitiyle ilgili bir değerlendirme yapılamamakla birlikte gazel ve kasidelerin kafiye ve redifleriyle ilgili şunları söylemek mümkündür.

Divanda yer alan 39 kasidenin 19'unda redif, 20'sinde ise kafiye tercih edilmiştir. Şair gazellerin "362"sinde kafiye "824"ünde ise redif kullanmıştır. Burada dikkatimizi çeken bir özellik şairin "824" şiirde redifi tercih etmesi ve redif olarak kullandığı kelimeler arasında *"Ek+Türkçe"* rediflerin ve sadece *"Türkçe"* kelimelerle yapılan rediflerin sayısının fazlalığıdır. Kelime redifler arasında "4" Arapça ve "4" Farsça kelime ile yapılan redifler hariç diğer kelimelerin tamamı *"Türkçe"*dir. Bu da 15.yy şairi olan Fethî Hüdâyî'nin *Türkçe* ve *Türkçeciliğe* verdiği önemi göstermek açısından dikkate değerdir. Redifler, şairin Türkçenin ifade imkânlarını kullanmasına ve kendisini ana diliyle ifade etmesine imkân sağlamıştır. Rediflerde özellikle çekimli fiillerin kullanılması şairin Arapça ve Farsça kelimeler yerine şiirini Türk dilinin malzemeleri üzerine kurmasına vesile olmuştur. Ayrıca redif, şairin *"yek-ahenk"* olarak nitelendirebileceğimiz pek çok gazelinde konu bütünlüğü sağlanması açısından büyük bir önem arz etmektedir.

Divanda mahlas beyti olmayan "1" şiir bulunmakla beraber "11" şiirde de mahlas beytinin sonda olmadığı görülmüştür.

3.2. Şiirlerinin Muhteva Özellikleri

Divanın muhtevasıyla ilgili de şunlar söylenebilir: Tüm kâinatı yaratan Allah'a şükretmek insanoğlunun varoluş sebebidir. Şairin gönül gözünü açan da Allah'tır. Ne yaparsa yapsın insanoğlu Hakk'ı bilmede aciz kalmıştır. Allah çok yerde "esma'ül hüsna" ile anılmakla birlikte Allah için "Sultan, Dost, Çalap, Tengri, Hoca" kelimelerinin kullanımı dikkat çekicidir. Bazı manzumelerin tamamında Allah'ın kudretinden bahsedilmiş ve var olan her şeyin O'nun yansıması olduğu işlenmiştir. Kullarına rahmeti ve merhameti çok olan Allah'ın O'na talip olanlara kolayca göründüğü ve kulların O'nun rızasını kazanmak için çalışması gerektiği üzerinde durulmuştur. Dört büyük melek, Harut-Marut, Münkir-Nekir, Sorıcı çeşitli münasebetlerle ele alınmıştır. Divanda dört büyük kitap da zikredilmiş, bunlar arasında Kur'an-ı Kerim'in yerinin diğer kitaplardan farklı olduğu belirtilmiş, şairin gönlünde dört büyük kitabın da birbirinden ayrı olmadığı ifade edilmiştir. Kur'an'dan bahseden "7" ayrı şiir yazılmıştır.

Fethî Hüdâyî tamamı Hz.Muhammed'i anlatan "7" şiir yazmış, Hz. Muhammed'i hakikat bahrinin en kıymetli incisi olarak değerlendirmiştir. Evliya ve enbiyadan kim varsa Hz. Muhammed'e ümmet olmak istemiş ve şair, Hz. Muhammed'i "zübde-yi âlemiyân" olması vesilesiyle anmıştır. Hayır ve şerre dair ne varsa Hak'tan geldiğini söyleyen Hüdâyî, Hak yolundan ayrılanların boynunda ateşten zincirle yedi tabaka cehennemi göreceğini, mümin kulların ise tek derdinin Hak olduğunu, Hak âşıklarının sekiz cennet, huri ya da rıdvan gözetmediğini anlatmıştır.

Namaz, oruç, hac ve zekat ile ilgili ibadetleri sade ve duru bir Türkçeyle anlatan şair; beş vakit namazın farz olduğunu, orucun sadece açlıktan ibaret bir ibadet olmadığını, hac ibadetini, gönül yapmanın hacılıktan üstün olduğunu, asıl marifetin hacca gitmekte ya da Kâbe'yi tavaf etmekte değil onun sahibini gönülde hissetmekte olduğunu ifade etmiştir.

Şair, şiirlerinin arasında Kur'an'dan ayetlere yer vermiş bu ayetleri beyitlerin arasına yazmış, ayetlerin altına ise kendi şiirini eklemiştir. Miraç, Kadir ve Berat gecelerine eren müminlerin günlerinin abat olacağını anlatmıştır. Recep, Şaban, Ramazan, Muharrem ve Safer ayları, Aşure ayı ve faziletleri üzerinde duran şair, bu aylara daha çok mesnevi nazım şekliyle yazdığı şiirlerde yer vermiştir. Özellikle aşure ayıyla ilgili beyitlerin daha çok olduğu dikkat çekmektedir.

İnsanoğlunun elinde en büyük sermaye olan ömür, fanilik yönüyle ele alınmış asıl yapılması gerek şeyin *"ölmeden önce ölmek"* olduğu üzerinde durulmuştur. Hakka asi olanlar şeytan olarak değerlendirilmiş, şeytanın hak emrine hilafı yüzsüzlük olarak nitelendirilmiş, benlik davası kılanlar, şeytan olarak adlandırılmıştır. İsm-i azamı bilen ve "*lâ-havle velâ kuvvete*" diyenlerin şeytanın şerrine uğramayacağı anlatılmıştır. Şaire göre şeriat, tarikat ve hakikat bir bütün olarak değerlendirilmiş, şair bunların yanına marifeti de katmıştır.

Fethî Hüdâyî "ümem, millet, ecnebi, etrak" kelimelerini de kullanmış, hiçbir millete hor nazarla bakılmamasını, ecnebilerden sakınılması gerektiğini, akıl sahibi olanların ümem, millet gibi kavramlara önem vermesi gerektiğini söylemiştir. Divanda dört mezhebin adı da anılmakla beraber şair, âşıklık mezhebini dört mezhepten üstün görmüştür. Âşıkların aşk mezhebini kendilerine tarik tuttuklarını ifade etmiştir.

Fethî Hüdâyî'nin "meyhane, deyr, put" gibi Hristiyanlığa ait unsurları işlerken bunların Allah'ın varlığıyla dolu olduğunu söyleyecek kadar dervişane bir ruha sahip olduğu görülmektedir.

Bağlı olduğu tarikat hakkında kesin bir bilgi bulamasak da şairin divanında en büyük yer tasavvufa ayrılmıştır. Divandan tasavvufi unsurlar çıkarılırsa geriye pek bir şey kalmaz diyebiliriz. Şair gazellerinin çoğunda *"vahdet-i vücut"* anlayışını yansıtmaya çalışmış, *"birlik"* fikri üzerinde durmuştur. Ona göre yaratılmış her şey Allah'ın ''bir'' emrine mevkuftur. Divanın kuruluşunu bile *"birlik"* anlayışıyla oluşturmuş bir şair için "ehl-i tasavvuf" ifadesinin kullanılması kanaatimizce doğru olacaktır. Divanında tecelli kavramını ayrıntılı olarak işleyen; terk-i dünya olmayı hedefleyen; ar ve namdan geçen; Allah'ın cemalini de celalini de bir gören; "küntü kenz, külli esmâ ve nefahtü min rûhî" sırrını bilen; arş, kürs, yer ve gökte var olan her şeyi Allah'ın sırrını açığa vurması olarak nitelendiren; ariflerin sohbetine katıldığı ve erenlerin toprağına yüz sürdüğü günden beri dost endişesiyle yaşayan; gönül bahçesine marifet ağacının köklerini salmasını dileyen; gönül beytullahını her türlü kötülükten temizleyip oraya Allah'ın nurunun tecelli etmesini bekleyen Fethî Hüdâyî'nin tasavvufa gönül vermiş bir şair olduğu kanaatindeyiz.

Başta "tarif-i aşk'' ve "halet-i aşk'' başlıklı mesnevileri olmak üzere şiirlerin neredeyse tamamında İlahî aşkı işleyen şair âşıklık hâlinden haberdardır. O, aşk yolunda tayyar olmuş, aşk denizinden cevherler süzmüş, aşk denizin bahrisi olmayı başarmıştır. Netice olarak aşk, âşık ve maşukun aynı şey olduğunu söyleyebilecek mertebeye de ulaşmıştır.

İnsan vücudunun dört unsurdan mürekkep olduğunu söyleyen şair, dört unsuru Hakk'ın tılsımının kudreti olarak nitelendirmiştir. Özellikle "nefs" kavramı üzerinde duran şair, nefsi kafir, onu öldüreni gazi, nefse taat kıldıranı da bahadır olarak anlatmıştır.

Akıl kavramını "Allah'ın yarattığı ilk şey akıldır."hadisiyle işleyen şair, "akl-ı evvel ve akl-ı küll" kavramını değerlendirmiş, onca mahlukat arasında akla nispet bir nesne olmadığını anlatmıştır. İçinde felsefe olduğu için de akl-ı meaşı reddetmiş, akl-ı meaş sahiplerinin Hak'tan uzak olduğunu dile getirmiştir.

Divanda muhtevanın önemli bir kısmını oluşturan "dünya" kavramını ele alırken şair, onu ölüm ve ahiret kavramlarıyla işlediği gibi tasavvufi olarak ele aldığı gazelleriyle de dikkatimizi çekmektedir. "Marifet, yakîn, ilmel-yakîn, aynel-yakîn, ilm-i ledün, mânâ, melâmet, kanâat, tevekkül, fenâ, bekâ, İlâhî aşk şarâbı, senlik ve benlik kavramları, cevr-cefâ, halvet ve erbaîn, esmâ, semâ-raks, terk, şem- pervâne, hâl-kâl, vasl, emr-i kün, bahr- ummân, arş, taalluk, gaflet, süflî, ulvî, telkin, riyâzât, taklîd, tahkîk, tekellüf, tekâüd, uzlet, istivâ, yetmiş bin hicâb, ibret, istiğrak, havf, recâ, şükr, tahammül, seyr ü sülûk, hırs" kelimeleri onun tasavvufi derinliğini ifade eden anahtar sözcüklerdir.

Kendini melami olarak değerlendiren şair, selamet ile melameti karşılaştırmış ve tercihini melametten yana kullanmıştır. Kanaati en büyük hazine olarak değerlendirmiş, tevekkül ile kanaati beraber ele almıştır. Tevekkül sahibi olmayanları da ağır bir şekilde eleştirmiştir. Fena ve beka kavramları üzerinde de sıklıkla duran şair; fenanın kullara, bekanın da "Lā-yezal" olan Allah'a ait olduğunu söyleyerek, özünü fena edenlerin beka bulabileceğini ve ebedî dirlik içinde olacağını anlatmıştır. İlahî aşk şarabı kulların Allah'a ulaşmasına vesile olmuş, İlahî aşk şarabının sunulduğu mecliste Allah ile kul arasında firkat kalmamıştır.

Senlik ve benlik davasını yok edilmesini işleyen şair, cevr ü cefa çekmeyi aşıklık şartlarından görmüştür. İlahî aşk şarabını içen aşık, halvet ve erbainde vahdet meclisini görmüştür. Şaire göre beka bulanlar için her yer halvet ve erbaindir.

Şair, insanı "âlem-i kübrâ-yı yeksân" olarak nitelendirmiştir. Allah kullarına pek çok ihsanda bulunmuştur ve bu ihsanların en büyüğü de akıldır. İnsan tüm mevcudatın zübdesidir. Utanmak, edepli olmak gibi önemli değerleri kendisinde bulundurma özelliğine sahiptir. Öğüt tutmak, kendisini üstün görmemek, kendi için istediğini başkası için de istemek insanda bulunması gereken diğer önemli özelliklerdendir. Şair; insan vücuduna ait olan el, ayak, göz, kulak gibi uzuvları anlatmış ve bu uzuvları anlatırken de tasavvufi bir izah yolunu seçmiştir.

Divanda "erenler, pîr, pîr-i mugân, mürşîd, ârif, kâmil, hoca, âlim, rind, sûfî, ahî, mümin, bahadır, gazi, şehid, vâiz, nasûh, âbid, zâhid, münkir, münâfık, müddeî, fâsık, zalim, mazlûm, müftî, müderris, kâdî, dervîş" tipleri ele alınmıştır. Bunlardan özellikle "eren, ârif, hoca, âlim, sûfî, ahî ve dervîş" ile ilgili olanlar dikkat çekicidir. Şair, "vâiz, nasûh, zâhid, münkir, münâfık, müddeî, fâsık, zalim, mazlûm, kâdî, " tipleri de olumsuz özellikleriyle karşımıza çıkarmaktadır.

Yaşadığı zamanda gördüğü fitneleri, adaletsizliği, rüşvet ve yolsuzlukları işleyen şair, bütün bunların zamanın şefkat ve bereketini yok ettiğini söylemiş, kendisinin bu kötülüklerin dışında kalmayı başarabildiğini anlatmıştır.

Bu kötülüklere sebep olan kadılar ve şairin kadılara dair anlattıkları çalışmanın dikkate değer bir başka konusu olarak görülebilir. **"Müslüman kafir olur kadı olmaz.", "Kadılar sanmanuz ola müselman.", "Kadı müslüman müslüman da kadı olmaz."** ifadeleri şairin kadılar hakkındaki görüşünün özeti gibidir.

Divanda geçen şahıs isimleri bazen dinî, bazen tasavvufi, bazen de tarihî özellikleriyle ele alınmış ve dönemin aydınlatılması bakımından önemli olmuştur. Şairin fal, reml, kur'ayla ilgili görüşleri; gökyüzü ve astronomiyle ilgili bildikleri, satrançla ilgili görüşleri, yaşadığı dönemin yiyecek isimleri ve musiki terimleri muhtevanın dikkati çeken diğer özellikleridir.

4. DİVANIN DİL ÖZELLİKLERİ

Fethî Hüdâyî Dîvânı'nda dil ve söyleyiş olarak Eski Anadolu Türkçesinin özellikleri görülür. Şairin konuşma dilinde geçen sözcüklere ve mahalli unsurlara sıklıkla yer vermesi, halkın dilinde dolaşan kelimeleri kullanması, günlük hayat ve etrafıyla bağlantılı olduğunun göstergesi olarak düşünülebilir. O yaşadığı ortamın yaşayan kelimelerini dil ve üslubuna yansıtmıştır. Çevresindeki insanlar ve olaylardan aldığı ilhamı sade bir dille eserine aksettirmeye çalışmıştır. Şairin divan şiirinin yarattığı atmosferde Arapça ve Farsça kelimeleri şiirine yansıtırken bunların yanına kelimenin Türkçesini de eklemesi, dönemindeki mahallileşme hareketini destekler gibidir.

Şiirlerinin içinde yer alan Arapça ibareler, divanda geçen ayet-i kerimeler şairin Arapçaya olan hakimiyetini aşikâr etmekle beraber divandaki Türkçe kelime sayısı Arapça ve Farsça olanlara göre oldukça fazladır. Şairle aynı yüzyılda yaşayan Necâtî Bey ve takipçilerinde görülen şiirde atasözü ve deyimlere yer verme eğilimi şairin şiirlerinde de görülmektedir. Aşağıdaki örneklerde şairin samimi bir ifade ile söylediği son derece anlaşılır ve sade şiirler onun Türkçeye ve Türkçeciliğe gösterdiği özenin görülmesi açısından dikkate değerdir. Aşağıdaki beyitlerde şair konuşma ve seslenmelerinde, yanlış yola düşen kullara yaptığı uyarılarında halkın dilinde yaşayan Türkçenin seslerini terennüm etmektedir.

Ol gülistān dost **baħçāsın** gözet
Bülbülisen zikri şāmda ŧınla sen
(777/3)

Beri gel söylegil sen kim **nidersin**
Ne yola adımuñı sen adarsın
(71/1)

Atañ u **añuñ** u **ḳonşuñ** yā **ḳardaşun** ki ḳanı
Ölüm buları o bir bir kim alup süzedür
(565/9)

Şair; bir araba üzerinde çaldığı kopuzu, arabasına koştuğu öküzü, yol boyunca kopuz çaldığını ve ağzındaki sakızını gayet sade bir ifadeyle dile getirmiştir.

Ele aldum düzetdüm uş kopuzum
Arabama koşup gitdüm öküzüm

Çala çala gideriken oŧaġa
Ki çinerken uġurlatdum śakızum
(67/1,2)

Şair "aramak, bulmak, görmek"; "nicetsün, neylesün" sözcüklerini kullanırken Türkçenin imkanlarıyla kendi çaresizliğini külfetsiz bir şekilde dile getirmiştir.

ØAceb göñlüm **bula** mı o **ara** mı
Yā ol maØşūḳ olanı göz **göre** mi
(291/1)

Nicetsün neylesün bīçāre Øāşıḳ
Kim intižārıla ol iştiyāḳa
(938/2)

Şair, kendini ifade ederken bazen zıtlıklara bazen tekrarlara bazen de yansıma sözcüklere başvurarak kendi dilinin imkanlarını hoş bir edayla kullanmaya çalışır.

Ne **ağmaġ** u ne **inmeg** anuñ işi
Degül ne ġarbı var ol ne ider şarḳ
(983/3)
Ḳāḍī vü müftī müderris beg ü paşa vü bular
Tekellüf artuga **düşdi** degül **cici biciye**
(757/5)

Baña ne çekçek ü **biñ biñ** gerekdür
Ne aṫa binem ol **dik dik** gerekdür

Ne şeştā vü ne kopuz ne ayaḳlıḳ
Ne çalduram anı **ṫıḳ ṫıḳ** gerekdür

Niderem hū idem yāḥūd ulaġı
Ne ḳahḳāha idip **kik kik** gerekdür
(455/1,2,3)

Aşağıda beyitler "Gülü Seven Dikenine Katlanır, Bal Bal Demekle Ağız Tatlılanmaz, Son Pişmanlık Fayda Vermez." atasözlerinin ve "Saçı Sakalı Ağarmak, Yüreği İçine Sığmamak, Gönül Yapmak, Defterini Dürmek, Kulak Tutmak, Göz Dikmek, Başında Kavak Yelleri Esmek, Tarak Vurmak" deyimlerinin divandaki kullanımına örnektir:

Taĥammül ferc irür o kişiye
Gül isteyen ḳabūl ider dikenin
(94/6)

Ŧatlu olmaz bal demekden ol ağız
Datmayınca kim gerekse biñ deñiz
(387/9)

Soñ peşimān anda fāyda eylemez
Ġaflet içre olan añı ṫoylamaz
(652/15)

Saç u śaḳal ağarup daḥı ol efsānede
Gitdi yigitlik cānı uş göñül uş cilvededür
(1156A/4)

Uş ḥarābāt ehli oldum yürürem ĥayrān mest
Sıġmaz içümde yüregüm sırrumu fāş eyledi

Ol **göñül evini yapmaḳ** KaØbeden göründi yeg
Gerçi bu maḥlūḳa ol Ĥaḳ ḳıbleyi ṫaş eyledi
(1376/2,4)

İy Ħüdāyī ġarre olma bu cihānuñ varına
Nicelerüñ **defterini** eyle kim o **dürdi** çoḳ
(1199/7)

Bu Feṫĥīnüñ sāzı sözi Ĥaḳ derdidür çoġı azı
Dutmuş ḳulaḳ dikmiş gözi ġayrı işe ṫalmaz nidem
(497/7)

Hevā vü nefse ol meşġul olmış
Ḳavaklar yili eŝer ol başında
(1173/6)

Zemīne ħadd ü ħāll ü o çeşm ü leb ü dehān
Gül ol ki ruĥda vü zülfe kim **ura ol ŧaraḳı**
(1368/3)

4.1. Divandaki Arkaik Kelimeler

Fethî Hüdâyî, şairlik bakımından kudretli bir sanatkâr olmasa da kullandığı Türkçe bakımından dikkate değer bir şairdir. Onun divanında ve özellikle divanda mesnevi türünde yazılmış olan şiirlerde günümüzde kullanımdan düşmüş ya da yalnızca mahalli ağızlarda yaşayan kelimelere tesadüf edilir. Bu kelimeler Türkçenin tarihi gelişimi bakımından büyük bir öneme sahiptir. Bu bilidiride şairin yaşadığı zamanda kullanılan ancak bugün kullanımdan düşmüş, sadece belli bölgelerde yaşayan ya da bugün farklı bir anlamda kullanılan kelimelerden tespit edebildiklerimize sadece her harften birer örnek verilmiştir. Bu örnekler şunlardır:

Ancılayın: Onun gibi, o kadar. (246/4)

Badaşmak: Anlaşmak.(179/5)

Çapmak: Yağma etmek, saldırmak. (76/5)

Danmak: Ummak, sezmek. (1055/4)

Egzinmek: Kederli, gamlı, üzgün. (1260/2)

Galbir: Kalbur. (147/4)

Hergiz: Asla. (246/4)

Ikmak: Oturmak, çökmek. (1085/2)

İlmek: Değmek, dokunmak. (513/5)

Kakımak: Öfkelenmek, kızmak. (18/6), (372/4)

Mısmıl: Temiz, pak. (572/3)

Niçe: Nice. (487/8)

Okımak: Okumak. (1086/5)

Öglemek: Hatırlamak, özlemek. (1107/3)

Segirdimci: Akıncı. (1146/2)

Tañız: Alaya alma.(46/1)

Umac: Amaç, hedef. (10/3)

Ündemek: Çağırmak. (465/4)

Yahtu: Nur, aydınlık. (1274/4)

5. SONUÇ

Kaynaklarda hakkında çok az bilgi bulunun şair, 15. yüzyılın bir tanığıdır. Oldukça hacimli divanı 1306 manzume içermektedir. Bu manzumeler özellikle tasavvufi nitelik taşımaktadır. "Vahdet" ve "insan" kavramına önem veren şairin şiirlerinde musiki ve raks da önemli bir yer tutmaktadır. Şair, Türk musikisinin meşhur makamlarına şiirlerinde yer vermiştir. Onun şiirleri 15. asır Türkçesinin önemli özelliklerini yansıtır ve şiirlerinde arkaik kelimeleri bolca kullanıldığı görülür. Fethî Hüdâyî'nin sade söyleyişleri ve halk tabirlerine yer vermesi şiirlerindeki tasavvufi mananın başkaları tarafından kolayca algılanmak için yazıldığı izlenimini uyandırmaktadır. Divanındaki ana temin tasavvuf olduğunu söylemek yanlış olmaz. Kendisini melami olarak değerlendiren şair, eserinin tamamına bakıldığında bir gönül eri olarak karşımıza çıkar. Yaşadığı dönemde şairin özellikle kadılar hakkındaki söylemleri onun pervasız kişiliğinin şiirlerine yansımış en güzel hâlidir ve yaşadığı dönemde bu cümleleri söyleyebilmiş olması bakımından da oldukça dikkat çekicidir. Fethî Hüdâyî, döneminin sosyal ve siyasi durumunu yansıttığı manzumeleriyle Türk kültür ve edebiyat tarihinin bir dönemine ettiği tanıklığı yansıtması bakımından dikkate değer bir şairdir.

KAYNAKÇA

Ayvansarayı Hüseyin Efendi, Ali Satı Efendi, Süleyman Besim Efendi (Hazırlayan: Ahmed Nezih Galitekin), Hadikatü'l Cevami, İşaret Yayınları, İstanbul 2001

Ayverdi, E.Hakkı, Osmanlı Mimari Eserleri, 1981.

Banarlı, Nihat Sami, Resimli Türk Edebiyatı Tarihi, Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, İstanbul 1971

Develi, Hayati, Yunus Emre Dîvânı'ndan Seçmeler, Kesit Yayınları, İstanbul 2011.

Devellioğlu, Ferit ,Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lûgat, Aydın Kitabevi, Ankara 1999.

Dilçin, Cem, Yeni Tarama Sözlüğü, TDK Yayınları, Ankara 1983.

İpekten, Haluk, Eski Türk Edebiyatı Nazım Şekilleri ve Aruz, Dergah Yayınları, İstanbul 2004.

----------.,İsen Mustafa,Toparlı Recep,Okçu Naci, Karabey Turgut,Tezkireler Göre Divan Edebiyatı İsimler Sözlüğü,Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları; 942, Ankara 1988.

Kanar, Mehmet, Eski Anadolu Türkçesi Sözlüğü, Say Yayınları, İstanbul 2011.

Süreyya, Mehmed , Sicil-i Osmânî (Tezkire-i Meşâhir –i Osmaniyye), C.4, İstanbul (1308-1315), s.83

Şentürk, Ahmet Atilla; Kartal, Ahmet, Eski Türk Edebiyatı Tarihi, Dergah Yayınları, İstanbul 2007.

Tayyarzade Atâ, Osmanlı Saray Tarihi(Tarih-i Enderun), (Hzl. Mehmet Aslan),"Hüdaî Kenan Bey",Bayrak Matbaası, 1. Baskı, C.5, İstanbul 2010,s.107.

Tuman, Nail, Tuhfe-i Nailî, C.2, MEB Yayımlar Dairesi Nüshasından Tıpkı Basım, Ankara 1999.

Türk, Vahit, Doğan, Ş., Şerifoğlu, Yasin, Eski Anadolu Türkçesi Dersleri, Kesit Yayınları, İstanbul 2014.

Yüksel, İ. Aydın, Mimar,Y., Osmanlı Mimarisinde II.Bayazıd Yavuz Selim Devri, İstanbul Fetih Cemiyeti'nin 83.Kitabı Osmanlı Mimarisi Serisi'nin V.Cildi 'dir, İstanbul 1983.

Ortadoğu'nun Su Sorunu ve Türkiye

Dr. Öğretim Üyesi Zerrin BALKAÇ[1]

[1]Trakya Üniversitesi / Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, z_balkac@trakya.edu.tr

Özet: Su, sadece, insanlar için değil ekosistemi oluşturan tüm bitki ve hayvanlar için yeri doldurulamaz, değerli, yaşamın devamlılığını sağlayan en önemli elementlerden biridir. Aynı zamanda su, bir bireyin varlığından bir ulusun politikasına değin her ölçüde yaşamı sürdürmedeki üstün rolü nedeniyle toplumsal ve ekonomik gelişmeler için önem taşıyan ve yaşamın vazgeçilmez bir unsuru olan yerine başka bir madde ikame edilmeyen sınırlı doğal bir kaynaktır.

Fakat su, nüfus artışına bağlı olarak kişi başına kullanılabilir niceliğin azalması, teknoloji ve kentleşme sonucu gereksinimlerin çeşitlenmesi, su kaynaklarının çevresel kirlenmeden yeterince korunamaması ve en önemlisi de küresel iklim değişikliği nedenlerle gerekli talebi karşılamaktan uzaktır. Bu nedenle Türkiye'nin yarı kurak bir iklime sahip olduğu daima göz önünde bulundurulmalı, bütün su politikaları buna göre oluşturulmalıdır. Çünkü Türkiye sanıldığının aksine su zengini bir ülke olmayıp aksine su sıkıntısı çeken ülkeler arasında yer almaktadır. Bu verilerden yola çıkılarak sınır aşan sularla ilgili anlaşmaları değişen iklim koşulları dikkate alınarak yapılmalıdır. Ülkemizin brüt su potansiyeli içinde sınır aşan altı su havzasının payı yaklaşık %36 dır. Bu havzaların beşinde kaynak ülkesi olduğumuz gerçeği göz önüne alındığında, havza bazında su yönetiminin ve sınır aşan su politikalarının önemi ortaya çıkmaktadır. Türkiye'nin bazı sınır aşan sular için komşu ülkeler ile arasında yapılan anlaşmalar olmakla beraber, her birinin özelliğinin farklı olması nedeniyle, bu anlaşmaları başka bir sınır aşan suya aynen uygulanması da mümkün değildir. Özellikle Ortadoğu bölgesinde yer alan ülkelerin ilişkilerini belirleyen en önemli unsurlardan biri olan su, istikrarsızlık sorunu olarak öne çıkmaktadır. Ortadoğu da suya gereksinim vardır. Dolayısıyla Ortadoğu ülkeleri olarak Suriye ve Irak'ın Türkiye ile yaşadığı en önemli sorun ''Su Sorunu'' öncelikli hale gelmiştir.

Bu çalışmada günümüzde olduğu gibi gelecekte de ciddi su sıkıntılarının beklendiği Ortadoğu bölgesine komşu olan Türkiye'nin su kaynakları üzerinde durulmuş olup, ülkemizin Güneydoğu komşuları Suriye ve Irak'ın "Su" konusunda ürettiği politikalar ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Türkiye, Ortadoğu Su Sorunu, Su Havzaları, Güneydoğu Komşuları.

Giriş

Su tarih boyunca hayati önemde olduğu gibi günümüzde de giderek daha da önemli bir konu haline gelmiştir. Sunduğu fırsatlarla bütün canlıların olduğu gibi insanlığında devamını sağlayan su, diğer yandan doğan felaketlere de neden olabilmektedir. 4000 yıldan bu yana Ortadoğu'daki nehirlerle sulanan topraklar, bu toprakların bölünmesi ve paylaşımı yönünde çatışmalara sahne olmuştur. Ortadoğu'nun bu yöresi aynı zamanda uygarlıklar ve dinlerin merkezi ve bunların mücadele merkezi olagelmiştir. Tarih boyunca insanın suyla olan ilişkisinde ekonomik ve sosyal gelişme su ve barışın birlikte olmasıyla sağlanmıştır. (Bağış, A. İ. 2004).

Fakat su, nüfus artışına bağlı olarak kişi başına kullanılabilir niceliğin azalması, teknoloji ve kentleşme sonucu gereksinmelerin çeşitlenmesi, su kaynaklarının çevresel kirlenmeden yeterince korunması ve küresel iklim değişikliği gibi nedenlerle, tüm dünya da hızla nitelik ve nicelik yitirmekte ve gerekli istemi karşılamaktan uzaklaşmaktadır. (Abay, O. -Baykan, N. O. 2012) Ne var ki, bu durum küresel boyuttan ziyade, daha çok ülkelerin coğrafi konumlarına göre bir sorun teşkil etmektedir. Aslında Kuzey ülkeleri için bu söz konusu değildir. Geçmişte ufak tefek problemlerin dışında su konusunda ciddi anlaşmazlıklara girmemiş olan Avrupa ve Kuzey Amerika devletleri bu sorunları çatışmadan çözebilmişlerdir. İleride de bu konuda çatışmayacaklar gibi görünmektedir. Bunun iki nedeni vardır; Suyun, yağmurun, bu bölgelerde bol olması ve bu ülkelerin demokratik gelişmesi. Toplumsal bir demokrasinin konsensüsü sayesinde Avrupa'daki birtakım ülkeler arasında bu sorun makul bir biçimde, kavga etmeye gerek kalmadan çözülebilir.(ORSAM,2011)

Fakat Ortadoğu'nun bulunduğu coğrafi konumu nedeniyle su sıkıntısı oldukça fazladır. Ortadoğu'da yenilebilir su kaynakları hoyratça kullanılmaktadır. Bunun başlıca nedenleri yüzeysel suyun yeterli olmaması ve yeraltı kaynaklarının bilinçsizce tüketilmesidir. Bunun yanında tarımsal sulamada eski ve geri yöntemlerin su israfına neden olması, bölge nüfusunun hızla artması ve artmaya devam etmesi ve müsrif tutum, bölgedeki su sorununu daha da büyük problem haline getirmektedir. Türkiye'nin bir kısmında sulamada ileri tekniklerin kullanılması istisnai bir durum ortaya koymaktadır. (Bağış, A. İ. 2004).

Tarımda sulama yöntemlerinin iyi olmasına rağmen Türkiye'nin yarı kurak bir iklime sahip olması nedeniyle, ülkemizin sanıldığının aksine su zengini bir ülke olmayıp, aksine su sıkıntısı çeken ülkeler arasında yer alan bir ülke olduğunu vurgulamak gerekmektedir. (TÜBİTAK, 2011).

1. Ortadoğu'da Su sorununu Yaratan Etkenler:

Ortadoğu bölgesindeki beş önemli sınır aşan nehir sisteminden üçü Türkiye topraklarından doğmakta veya denize dökülmektedir. Bu sular Fırat, Dicle ve Asi nehirleridir.

Sınır aşan sular konusu Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk kuruluş yıllarında 1920 Gümrü, 1921 Moskova, 1921 Ankara ve 1924 Lozan Antlaşmalarında da gündeme gelmiş ve anlaşma maddelerinde yerini almıştır. Bu anlaşmalardaki sular, Türkiye'nin sınırları çizmek için ele alınmıştır. Türkiye'nin Güneydoğu komşuları Irak ve Suriye, Dicle Nehri'nin su rejimiyle ilgili ilk talepleri Türkiye'nin 1950'li yıllarda Fırat ve Dicle üzerinde barajlar inşa etmeye başlaması ile ortaya çıkmıştır. 1970'lerden sonra Güneydoğu Anadolu Projesinin (GAP) GELİŞTİRİLMESİNDEN SONRA, Irak ve Suriye, Türkiye'nin suyu kendilerine karşı silah olarak kullanacağı endişesiyle; gerek uluslararası ortamda, gerekse de Türkiye'ye hasım unsurları ve terör odaklarını destekleyerek karşı taarruza geçmişlerdir. Nihayet Türkiye ve Irak arasında imzalanan bir protokol uyarınca bölgesel sular sorununu görüşmek amacıyla 1978 yılında bir ortak teknik komite kurulmuş, Suriye'de bu komiteye 1983'te katılmıştır. (Saltürk, M. 2005).

Ancak, bu komite de defalarca toplanmasına rağmen, 1992, yılına kadar bir sonuç alınamamıştır. Görüşmelerin beşincisinde Türkiye üç aşamalı bir plan ileri sürmüştür. Bu plana göre;

1- Su kaynakları envanter çalışmaları yapılmalı,

2-Toprak kaynaklarının envanter çalışmalarını kapsamalı,

3-Su ve toprak kaynaklarının envanter çalışmalarının sonuçları bu aşamada değerlendirilerek bu sonuca varılmalıdır. Ancak Irak ve Suriye bu planı da kabul etmemiş ve buna karşı da bir alternatif sunmamışlardır (Dunya sugunu 2006).

Toplantılardan sonuç alınamamasının temelinde, Irak ve Suriye'nin Fırat ve Dicle üzerinde söz sahibi olmak istemeleri ve bu konuda uzlaşmaz tutumları olmuştur. Türkiye ise kendi topraklarından kaynaklanan bu sularda kimsenin bir hak iddia edemeyeceğini; fakat hakça kullanım çerçevesinde komşularını mağdur etmeyeceğini belirtmiştir. (Taşar, M. 2005).

Ortadoğu'da bölgesel ve genel anlamda su sorunu, ülkelerin kendi içlerinde bulunan su rezervlerinin kullanılmasından değil, ülkeler arasında ortak kullanıma açık olan su rezervlerinin paylaşımı konusunda sınırsız ve mantıksız isteklerden kaynaklanmaktadır. (Pamukçu, K. 2000).

Söz konusu olan bu rezervlerden Türkiye, Suriye ve Irak'ı ilgilendiren ve sorun yaratan su havzaları;

1)Türkiye'den kaynaklanıp, önce Suriye'yi, sonra Irak'ı geçen Fırat ile Türkiye'den kaynaklanıp Irak'ı geçerken Fırat'la birleşerek Şattülarap'ta Basra körfezine dökülen, Dicle nehrinin oluşturduğu su havzası,

2)Asi nehri su havzası (Saltürk, M. 2005)

Fırat ve Dicle Havzalarının toplam yıllık ortalama doğal akım miktarı veya su potansiyeli "85.26 milyar m3'dür. Bunun da 56.80 milyar m3'ü Türkiye'de 5 milyar m3'ü Suriye'de, 23.30 milyar m3'ü Irak'da dır. (Tiryaki, O. 1994)

Bu verilerden anlaşıldığı üzere Türkiye Suriye ve Irak çok da su fakiri değillerdir. Ancak Türkiye, bütün bölgeyi su bakımından besleyecek bir durumda da değildir. (Bağış, A. İ. 2004) Yani Ortadoğu bölgesinin ihtiyaçlarına ayırması gerektiği iddia edilen bir su zenginliği de mevcut değildir. (Alcahaptan, A. G. 1993).

Türkiye'nin Suriye ile yaşadığı su sorunu, Dicle, Fırat ve Asi nehirlerinin paylaşımından kaynaklanan sorundur. Bu sorunu analiz ederken iki ülke ile sınırlı kalmak mümkün değildir. Su sorununda İsrail ve Irak'da etkili ve belirleyici ülke konumundadır. (Okman, C. 1995).

Birçok strateji uzmanı tarafından Ortadoğu'da meydana gelebilecek olası savaş nedeni olarak "SU" gösterildiği için bu sorun belki de en önemli sorundur. Çünkü su, petrolden sonra en önemli kaynaktır. Fırat, Dicle ve Asi nehirlerinin su rezervlerinin paylaşımı son otuz-otuz beş yılda Türkiye ve Suriye arasındaki en önemli problemlerden biri haline gelmiştir. Özellikle, Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Projesi'nin (GAP) hayata geçirilmesine ve Fırat nehri üzerine yapılan barajlara tepki gösteren Suriye, bu konuda terörü bir araç olarak

kullanmaktan çekinmemiş ve diğer Arap ülkelerini de arkasına alarak Irak'la işbirliği için olmuştur. (Gaytancıoğlu, K. 2008).

Türkiye'nin Fırat ve Dicle'den yararlanma çabaları ve ayrıca suların büyük çoğunluğu Suriye tarafından kullanılan Asi nehrinden ülkemizin ancak % 2'lik oran kadar yararlanabildiği bir durumda, karşılıklı güvenin çok güçlü olmadığı bu bölgede daima kuşkuyla karşılanmıştır. Genellikle Fırat, Dicle havzalarını da kapsayan, "su savaşlarına yol açabilecek kriz" senaryoları ile barış için alınacak önlemler konusunda çalışmalar ve yayınlar 1980'li 1990'lı ve 2000'li yıllarda yaygınlaşmaya başlamış, GAP projeleri siyasal açıdan da uluslararası alana taşınmıştır. (Saltürk, M. 2005).

2. Bölge Ülkelerinin Su Havzaları (Dicle-Fırat) Konusundaki Görüşleri ve Çözüm Önerileri

2.1. Türkiye'nin Görüşü:

Türkiye'nin su sorununun çözümü amacıyla yaptığı öneriler şöyle sıralanabilir:

- Sorunun uluslararası platforma taşınması yerine üç ülke arasındaki görüşmelerle çözülmesi.
- Ülkeler arasındaki görüşmelere Asi nehri de dahil olmak üzere bölgedeki bütün su kaynaklarının dahil edilmesi.
- Dicle ve Fırat'ın tek bir havza gibi ele alınması, gerektiğinde bu iki nehir arasında su nakli olasılığının göz önünde tutulması.
- Kurulacak bir ortak teknik komitenin "Üç aşamalı plan" dahilinde çalışmaya başlanması. Türkiye'nin üç aşamalı planı şu şekildedir: İlk aşamada Fırat ve Dicle havzasındaki su kaynaklarının bilimsel yöntemlerle envanteri çıkartılmalı. Daha sonra ilgili ülkelerde toprak sınıflandırması yapılıp su yeniden düzenlemelidir. Türkiye'nin bu önerileri, çeşitli gerekçelerle Suriye ve Irak tarafından reddedilmiştir. Bugün tamamen farklı tezler öne süren ülkeler arasındaki anlaşmazlık sürmektedir. Suriye; özellikle Asi nehrini tartışmanın tamamen dışında bırakmaya özen göstermektedir. Çünkü Suriye Asi'nin Türkiye'ye geçtiği Hatay'ı hala Türk toprağı olarak tanımamakta ve kendine ait olarak kabul etmektedir. (Saltürk, M. 2005)

Ayrıca GAP'ın, öncelikle Fırat ve daha az ölçüde Dicle'nin, projeden önce Türkiye tarafından kullanılmadan Suriye ve Irak'a akan suların azalacağı ihtimali, Suriye ve Irak'ı endişelendirmiştir. 1980'li yıllar bu ülkelerin, su konusunu en yoğun görüştüğü yıllar olmuştur. 1990'larda Atatürk Barajı'nın doldurulmasıyla birlikte GAP'ın sulama sistemi olmaktan çıkıp dev bir proje haline gelmesi ile Suriye ve Irak artık Türkiye'yi "su emperyalizmi" ile suçlamaya başlamışlardır. (Kodaman, T. 2007)

Bütün bu suçlamalara ve sorunlara rağmen Türkiye istikrarlı davranışını sürdürmekte, GAP çerçevesinde yaptığı barajlarla suyu düzenlemekte ve debi farklarından etkilenmeyecek bir şekilde komşu ülkelere de "SU" sağlamakta dolayısıyla doğal kaynağı verimli şekilde kullanılabilir hale getirerek büyük ölçüde onlara yararlı olmak suretiyle soruna çözüm getirmektir. (ORSAM 2012).

2.2. Suriye'nin Görüşü:

Suriye, Dicle ve Fırat'ın sınırı aşan değil uluslararası sular kategorisinde bulunduğu ve bu nedenle kıyıdaşlar arasında paylaşılması gerektiğini öne sürmektedir. Burada bir matematiksel formüle dayanarak payların hesaplanmasını önermektedir. Ayrıca Türkiye'nin suyu siyasal baskı amacıyla kullanmak istediğini savunmakta ve sorunun uluslararası kuruluşlar hakemliğinde çözülmesini talep etmektedir. Suriye ayrıca GAP'ın Fırat'ın sularında kirlenme ve tuzlanmaya yol açarak suyun kalitesini düşürdüğünü savunmaktadır. (Altınbilek, D. 2000).

Ayrıca, Barış Suyu Projesini reddeden Suriye ve Irak, yine Türkiye'nin önerisi olan "Fırat-Dicle Havzasının Sınırı aşan sularını Optimum, Hakça ve Akılcı Kullanmak için Üç Aşamalı Plan"ı da kabul etmemiştir.

Planın uzun açılımlı adındaki, "Fırat-Dicle Havzası" ve "sınıraşan" ifadeleri de kabul edilmemiştir. Ayrıca, planda yer alan, Suriye ve Irak'ın su kaynaklarından en verimli şekilde yararlanmaları için gerekli olan sulama ve tarım teknolojilerine yatırım yapma önerisini kendiişlerine müdahale olarak algılamışlardır. Sularının nasıl kullanılması gerektiğine karışılmasını istememişlerdir. Türk önerisi yerine, kendi planlarının izlenmesini talep etmişlerdir. (Pamukçu, K. 2007)

Suriye Hükümeti ve basını da sık sık eski tarihsel dönemlere vurgu yaparak Fırat ve Dicle Nehirleri üzerinde hakları olduğunu ileri sürmüş, bu nehirleri "uluslararası suyolu" ya da "ortak su" olarak tanımlamakta ve bunları "paylaşılabilir kaynaklar" olarak sınıflandırmışlardır.

Suriye, Dicle ve Fırat nehirlerinin yüzyıllardan beri Suriye topraklarından geçtiğini ve bu nedenle de, her ülkenin, iki nehirden ihtiyacı olan su miktarını ayrı ayrı bildirmesini istemiştir. (Yıldız, Y. G. 2004)

2.3. Irak'ın Görüşü:

Irak'ın öne sürdüğü en önemli tez kazanılmış tarihsel haklar üzerinedir. Irak, yüzyıllardır. Mezopotamya bölgesi insanı tarafından kullanılan Fırat ve Dicle sularının kullanımının artık kazanılmış bir hak olduğunu ve Türkiye tarafından kısıtlanamayacağını öne sürmektedir. Ayrıca Suriye gibi 1987 protokolünün geçerliliğini yitirdiğini ve Türkiye'nin Fırat'tan bıraktığı su miktarının yeniden saptanması gerektiğini savunmaktadır. (Şen, Z. Sırdaş, S.2002).

Sonuç Olarak; Suriye ve Irak'ın bu konuyla ilgili olarak ortak bir tutum içinde olduklarını söylemek mümkündür. İki ülkede ortak paylaşım hakkı savına vurgu yaparak Türkiye'nin bu suları sınır aşan sular statüsünde ele alamayacağını ifade etmektedirler. Türkiye ile imzaladıkları protokollerin işlevsiz kaldığını ve yeni bir düzenlemenin yapılması gerektiğine inanmaktadırlar.

Türkiye'nin bu kapsamda üstlenmesi gereken rol; geçmişteki anlaşmazlıklardan hareketle muhtemel gelişmelere karşı stratejiler üretmek yerine, yeni jeopolitik gelişmeler çerçevesinde, akılcı bir yaklaşımla değişimi yönetmesidir.

Etkili ve sürekli uluslararası diplomatik faaliyetlerin yanı sıra askeri tedbirler, sudan kaynaklanabilecek sorunları öngörüyle bertaraf etmek Türkiye'nin görevlerindendir.

Kaynakça

BAĞIŞ, Ali, İhsan (2004) "Suyun İnce Siyaseti Ortadoğu, Su Meselesinde Türkiye ve Gerçekler" Stratejik Araştırmalar Enstitüsü Yayınları, Ankara.

ABAY, Onur, - BAYKAN, N. Orhan (2012) "Su politikaları", TMMOB 2.Su Politikaları" Kongresi, Ankara.

ORSAM, (2011) "Ortadoğu'da Su Sorunu ve Türkiye açısından İncelenmesi", Orta Doğu Araştırma Merkezi, Ankara.

TÜBİTAK, (2011) Türkiye Teknoloji ve Yenilik Politikaları Daire Başkanlığı "Ulusal Su Ar-Ge ve Yenilik Stratejisi", Ankara.

SALTÜRK, Metin, (2005) "Orta Doğu'da Su Sorunu ve Türkiye Açısından İncelenmesi" Stratejik Araştırmalar Enstitüsü Yayınları, Ankara.

http//www.dunyasugunu.org(2001)

PAMUKÇU, Konuralp. (2007) Su Politikaları, Bağlam Yayınları.

TAŞAR, Mustafa. (2005), Fırat Suyu, Gen Yayınları, Ankara.

TİRYAKİ, Orhan (1994) Sınır aşan Sular ve Ortadoğu'da Su Sorunu, Türkiye İş Bankası Yayınları, İstanbul.

ALACAKAPTAN, Aydın. Güngör, (1993) "Sınırı Aşan Akarsularımız Dicle ve Fırat'ın, Arap Komşularımızla Büyük Sürtüşmelere Neden Olmaları", Bağlam Yayıncılık, İstanbul.

OKMAN, Cengiz. (1993) "Türkiye İçin Bir Su Politik Olabilir mi?", Bağlam Yayıncılık, İstanbul.

GAYTANCIOĞLU, Kaan (2008) Soğuk Savaş Sonrası Dönemde Türkiye – Suriye İlişkilerinin Ortadoğu Politikasına Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.

KODAMAN, Timuçin. (2007) Fırat-Dicle Meselesi, Türkiye-Suriye İlişkilerine Etkisi, Asil Yayıncılık, Ankara.

ORSAM, (2012) "Türkiye-Irak Su Sorunu" Orta Doğu Araştırma Merkezi, Ankara.

ALTINBİLEK, Doğan, (2000) "Türkiye'nin Su potansiyeli", "Devlet Su İşleri Bülteni", Ankara.

ORSAM,(2012), "Türkiye – Irak Su Sorunu" Ortadoğu Araştırma Merkezi, Ankara

YILDIZ, Yavuz, Gökalp, (2004) Büyük Ortadoğu, IQ Kültür Sanat Yayıncılık Üçüncü Baskı, İstanbul.

ŞEN, Zekai. SIRDAŞ, Sevinç (2004) "Sınır Aşan Sularımız" Su Vakfı Yayınları, İstanbul.

Türkiye'de Bağımsız Denetimin Dünü Ve Bugünü

Havva ARABACI[1] **Fatih ÇAVDAR[2]**

[1]Trakya Üniversitesi, arabacih@hotmail.com

[2]Trakya Üniversitesi, fatihcavdar@trakya.edu.tr

Özet: Denetim en basit anlamıyla elde edilen bilgilerin değerlendirildiği bir kontrol mekanizmasıdır. Denetim, genel kabul görmüş denetim standartlarına göre yapılmaktadır. Denetim standartları, denetçinin denetim başarısının kalitesinin ölçümünü oluşturur. Genel kabul görmüş denetim standartları denetimin temel yapısını oluşturmaktadır. Genel kabul görmüş denetim standartları; genel standartlar, çalışma alanı standartları ve raporlama standartları olmak üzere üç kategoride ele alınmaktadır.

Bağımsız denetim kavramı, ticaret hukukumuzda ilk defa 01.07.2012 tarihinde yürürlüğe giren 6102 Sayılı Kanun'da yer almıştır. Bağımsız denetim; Finansal tablo ve diğer finansal bilgilerin, finansal raporlama standartlarına uygunluğu ve doğruluğu hususunda, makul güvence sağlayacak yeterli ve uygun bağımsız denetim kanıtlarının elde edilmesi amacıyla, denetim standartlarında öngörülen gerekli bağımsız denetim tekniklerinin uygulanarak defter, kayıt ve belgeler üzerinden denetlenmesi ve değerlendirilerek rapora bağlanmasını ifade etmektedir. Bağımsız denetimin amacı, işletmelerin mali tablolarının Uluslararası Muhasebe Standartlarına uygunluğunun denetimidir. Bağımsız denetim faaliyetinin bağımsız denetçi veya bağımsız denetim kuruluşu tarafından gerçekleştirilmesinde özellikle denetimin yürütülmesinde yapılacak işler bakımından herhangi bir fark bulunmamaktadır.

Bağımsız denetimlerin tüm kontrolü, Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu'na (KGK) aittir. 660 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile KGK'nın kurulması; 6/4/2011 tarihli ve 6223 sayılı Kanunun verdiği yetkiye dayanılarak, Bakanlar Kurulu'nca 26/9/2011 tarihinde kararlaştırılmıştır. 6102 Sayılı Kanuna göre bağımsız denetçiler, KGK tarafından belirlenecek 3568 Sayılı Kanuna göre meslek mensupları arasından seçilecektir. Bağımsız denetçiler; herhangi bir kişi veya kuruluşa bağımlı olmadan, genel kabul görmüş muhasebe ilkeleri ve esasları ışığında mali tabloların gerçeği yansıtıp yansıtmadığını araştıran kişidir. Bağımsız denetçiler; Yetkilendirilmiş Yeminli Mali Müşavirler (YMM) – Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler (SMMM), SPK Tarafından kabul edilmiş dış denetim şirketleri, Bankalar Bağımsız Denetçileri olarak belirlenmiştir.

Avrupa Birliği'ne (AB) uyum çerçevesinde "02/11/2011 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 660 sayılı Kamu Gözetimi, KGK Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'nin 9'uncu, 25'inci ve 27'nci maddelerine dayanılarak hazırlanan Bağımsız Denetim Yönetmeliği 26/12/2012 tarihli ve 28569 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır. Bu çerçevede, Haziran 2017 itibarıyla 235 bağımsız denetim şirketine bağımsız denetim yapma yetkisi verilmiştir. 10 yılını tamamlamış ve bağımsız denetim eğitimini tamamlayan mali müşavirler ile YMM'lere KGK tarafından bağımsız denetçi yetkisi verilerek sicile kaydedilmişlerdir.

Bağımsız denetim gerek 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu gerekse 660 sayılı Kararname uyarınca KGK'ca yetkilendirilmiş bağımsız denetçiler ve bağımsız denetim kuruluşlarınca, KGK'nın belirlediği esaslar çerçevesinde, denetçilik mesleğinin gerekleriyle etiğine uygun bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Bu çalışma ile Türkiye'de bağımsız denetimin dünü ve bugünü açıklanamaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bağımsız denetim, denetim standartları, bağımsız denetçiler.

Independent Auditing in Turkey, Today and Past

Abstract: Auditing is a control mechanism in which the information obtained is evaluated in the simplest sense. The audit is conducted according to generally accepted audit standards. Auditing standards constitute a measure of the auditor's audit success. Generally accepted audit standards constitute the basic structure of audit. There are three categories of generally accepted audit standards: general standards, workplace standards and reporting standards.

The concept of independent auditing was included in Law No. 6102, which was enacted on 01.07.2012 for the first time in our commercial law. Independent audit refers to auditing and reporting of books, records and documents by applying independent auditing techniques stipulated in audit standards in order to obtain adequate and appropriate independent audit evidence to provide reasonable assurance as to the adequacy and fairness of financial statements and other financial information in accordance with financial reporting standards. The objective of the independent audit is the audit of the financial statements of the entities in accordance with International Accounting Standards. There is no difference between that Independent auditing activity is carried out by an independent auditor or an independent auditing company especially in respect of the works to be carried out in the execution of the audit.

All control of independent audits belongs to the Public Oversight, Accounting and Auditing Standards Authority (UPS). The establishment of the UPS with the Decree Law No. 660 was decided on 26/9/2011 by the Council of Ministers on the basis

of the authority given by Law No. 6223 dated 6/4/2011. According to the Law No. 6102, independent auditors will be elected among members of the profession according to the Law No. 3568 to be determined by the UPS. Independent auditors; It is the person who investigates whether the financial statements reflect the truth in the light of generally accepted accounting principles and principles, without being dependent on any person or organization. Independent auditors; Authorized Certified Public Accountants (CPA) - Independent Accountants Financial Advisors (CPA), external audit companies approved by CMB, Independent Auditors of Banks.

In compliance with the European Union (EU), The Independent Auditing Regulation was published in the Official newspaper dated 26/12/2012 and numbered 28569 which is Prepared on the basis of the 9th, 25th and 27th articles of the Decree Law No. 660 on Public Oversight, the Organization and Duties of KGK, published in the Official Gazette on 02/11/2011. In this framework, as of June 2017, 235 independent audit companies were given the authority to conduct independent audits. Financial advisors and certified public accountants who have completed 10 years and have completed independent audit training have been registered as independent auditors by the UPS.

Independent auditing is carried out in accordance with the ethics of the auditing profession and the provisions of the Turkish Commercial Code No. 6102 and the principles set by the independent auditors authorized by the UPS. Independent auditing in Turkey's history have tried to be explained with this work.

Key words: Independent auditing, auditing standards, independent auditors.

1. GİRİŞ

Denetim en geniş anlamıyla, bir işin genel ya da özel yasalara, biçimsel ve düşünsel kurallara uygunluğunu araştırmak ve sağlamak amacıyla, başlangıçta, uygulama esnasında, uygulama sonunda ya da uygulamadan bir süre sonra gözden geçirilmesi şeklinde tanımlanabilir (Demirkan, 1977"den aktaran: Arıca ve İyibil, 1985: 1).

Denetlenenler arasında ilişki kurularak kanıtların, ileri sürülen iddialar ve belirli kriterler arasındaki uygunluk derecesine göre değerlendirilmesi şeklinde ifade edebileceğimiz denetim kavramının özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz (Hayes vd., 1999: 2):

- ✓ Denetim sistematik bir süreçtir: Denetim daha önceden belirlenmiş bir plana göre yapılır.
- ✓ Denetim tarafsız bir şekilde yerine getirilmelidir: Denetim; kanıtların bağımsız, tarafsız ve uzman kişiler tarafından değerlendirilmesidir.
- ✓ Denetçi kanıtları toplar ve değerlendirir: Denetçi, muhasebe kayıtlarından ve diğer kaynaklardan elde ettiği bilgilerin güvenilirliğini ve yeterliliğini değerlendirir.
- ✓ Denetçi, kanıtları ekonomik faaliyetler ve durumlarla ilgili olarak ileriye sürülen iddialara göre değerlendirir. Tarafsız bir şekilde kanıt toplamanın temelini, elde edilen kanıtların ileri sürülen iddiaları mutlak şekilde karşılaması oluşturmaktadır.
- ✓ Denetçi, ileri sürülen iddialar ve belirli kriterler arasındaki uygunluk derecesini tespit eder. Denetim süreci, kanıtların; belgelenmesi, sorgulanması ve gözlemlenmesi suretiyle ileriye sürülen iddiaların en doğru şekilde analiz edilmesidir.
- ✓ Denetimin amacı, denetlenenler arasında ilişki kurularak denetim sonuçlarının değerlendirilmesidir. Denetim, güvenilebilir ve sade bir dil ile yazılan rapor (tutanak) ile tamamlanır.

Denetçiye mesleki sorumluluğunu yerine getirmesinde yardımcı olan ve yürütmekte olduğu denetim eylemlerine ışık tutan genel ilkelere denetim standartları denilmektedir Yapılan veya yapılmakta olan denetimin uygun ve kabul edilebilir olabilmesi için denetçinin bu standartları kesinlikle uygulaması gerekir. 1947 yılında çok geniş olarak kabul edilen ve günümüze gelinceye kadar çok az bir değişikliğe uğrayan bu standartlara "Genel Kabul Görmüş Denetim Standartları" denilmektedir (Gürbüz, 1995:34).

Genel kabul görmüş denetim standartları on adet olup, bunlarla ilgili olarak uygulamada karşılaşılan sorunların aşılması için denetim standartlarından yararlanılmaktadır (Özer, 1997:130). Genel kabul görmüş denetim standartları, genel nitelikte standartlar olup, zaman içerisinde bunlara ilişkin yorumlayıcı ve açıklayıcı nitelikte ikinci derecede standartlar, yani alt standartlar düzenlenip yayınlanmaktadır. Bu alt standartlar genel nitelikte olmadıkları için bunlara denetim standartları veya sadece standartlar denir (Özer,1997:103).

Denetim, genel kabul görmüş denetim standartlarına göre yapılmaktadır. Denetim standartları, denetçinin denetim başarısının kalitesinin ölçümünü oluşturur. Genel kabul görmüş denetim standartları denetimin temel yapısını oluşturmaktadır. Denetim standartları, bir yandan denetçinin niteliklerini ortaya koyarken, bir yandan da bu denetçinin denetim sürecinde izlemesi gerekli yolu ortaya koyar ve denetçi için denetim sürecinin nihai ürünü olan denetim raporunun niteliğini de belirler (Erdoğan, 2002: 11).

Genel kabul görmüş denetim standartları; genel standartlar, çalışma alanı standartları ve raporlama standartları olmak üzere üç kategoride ele alınmaktadır. Genel kabul görmüş denetim standartları Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Genel Kabul Görmüş Denetim Standartları

Genel Standartlar	Eğitim ve deneyim Bağımsızlık Mesleki dikkat ve özen
Çalışma Alanı Standartları	Planlama ve gözetim İç kontrol sisteminin incelenmesi Kanıt toplama
Raporlama Standartları	Genel kabul görmüş muhasebe ilkelerine uygunluk Genel kabul görmüş muhasebe ilkelerinde devamlılık (tutarlılık) Tam açıklama Görüş bildirme (denetçi görüşü)

Kaynak: Durmuş ve Taş, 2008: 26.

Genel standartlar, denetçi ve onun çalışmasının kalitesi ile ilgili standartlardır. Çalışma alanı standartları, denetim çalışmaları sırasında izlenecek yöntemleri belirleyen standartlardır. Raporlama standartları ise, denetim sonucunda varılan görüşün açıklandığı raporların kapsam ve düzenlemeleriyle ilgili standartlardır.

Her bir bağımsız denetim eyleminde uyulması zorunluluk arz eden genel kabul görmüş denetim standartları, denetçiye bir denetim görüşüne ulaşabilmesi için müşteri ile işletme hakkında yeterli ve güvenilir bilgiler toplama yükümlülüğünü getirmiştir. Denetçi bu amaçla işletmenin muhasebe ve finans sistemini inceler, sistemin çalışması hakkında bilgi toplar, belgeleri inceler, personelin çalışmalarını gözlemler, varlıkları yerinde görür, bazı verileri bizzat hesaplar, ilgililere sorular sorar ve diğer yollara başvurarak denetim için gerekli bilgileri elde eder. Birer kanıt niteliğindeki bu bilgileri elde etmek için denetçinin yaptığı çalışmalara denetim işlemleri veya denetim yordamları denilir. Kanıt toplama aracı olarak yapılan denetim işlemleri standart bir duruma getirilmemiştir. Çünkü bunlar denetçi tarafından her bir denetim eyleminde ayrıca belirlenirler, zamana ve koşullara göre değişiklik gösterirler. Denetim işlemleri genel kabul görmüş denetim standartlarının denetim eylemine uyarlanmasıyla izlenecek yolu gösterirlerse de, her bir denetçi izleyeceği yolu ve uygulayacağı denetim işlemini kendisi belirler (Güredin, 2007:41).

Ülkemizde, muhasebe ve denetçilik mesleğinin yasalaşması diğer ülkelere göre oldukça gecikmiştir. İngiltere'de (1870), Almanya'da (1896), ABD'de (1896), Hindistan'da (1949), Yunanistan'da (1950) örneklerinde görüldüğü gibi pek çok ülkede 1800'lü yılların sonlarında, bazılarında ise 1900'lü yılların ilk yarısında tamamlanan yasalaşma süreci bizde de 1900'lü yılların ilk yarısında başlamış fakat yasalaşma ancak 1989 yılında gerçekleşebilmiştir (Erdoğan, 2012: 9). Türkiye'de muhasebe denetiminin gelişimi, 1987 sonrasında AB'ye tam üyelik başvurusunda bulunulması ile AB düzenlemelerinin ve son dönemlerde görülen uyum sürecinde Uluslararası Muhasebe Standartları'nın etkisinde kalmıştır.

KGK, 660 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnameyle (KHK) kendisine verilen Türkiye Denetim Standartlarını (TDS) yayımlama yetkisi çerçevesinde, Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu (IFAC) tarafından yayımlanan uluslararası standartları referans alma stratejisini benimsemiştir. Bu tercih esasen ülkemizin AB adaylık sürecinin de bir gereği olup, 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanununda da aynen kabul görmüştür. Bununla birlikte, 26/12/2012 tarihli Bağımsız Denetim Yönetmeliğinde Türkiye Denetim Standartları, 660 Sayılı KHK uyarınca yürürlüğe konan, bilgi sistemleri denetimi dâhil olmak üzere, bağımsız denetim alanında uluslararası standartlarla uyumlu eğitim, etik, kalite kontrol ve denetim standartları ile bu alana ilişkin diğer düzenlemeler olarak tanımlanmıştır (KGK, 2017).

660 Sayılı KHK ile kamu tüzel kişiliğine haiz ve idari özerkliğe sahip, Başbakanlıkla ilişkili Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu kurulmuştur. Bağımsız denetimlerin tüm kontrolü bu kurula aittir. Bu kurulun görev ve yetkileri şunlardır;

a) Tabi oldukları kanunlar gereği defter tutmakla yükümlü olanlara ait finansal tabloların; ihtiyaca uygunluğunu, şeffaflığını, güvenilirliğini, anlaşılabilirliğini, karşılaştırılabilirliğini ve tutarlılığını sağlamak amacıyla, uluslararası standartlarla uyumlu Türkiye Muhasebe Standartları (TMS)'yi oluşturmak ve yayımlamak.

b) TMS'nin uygulamasına yönelik ikincil düzenlemeleri yapmak ve gerekli kararları almak, bu konuda kendi alanları itibarıyla düzenleme yetkisi bulunan kurum ve kuruluşların yapacakları düzenlemeler hakkında onay vermek.

c) Finansal tabloların; işletmelerin finansal durumunu, performansını ve nakit akışlarını TMS doğrultusunda gerçeğe uygun olarak sunumunu, kullanıcıların ihtiyaçlarına uygunluğunu, güvenilirliğini, şeffaflığını, karşılaştırılabilirliğini ve anlaşılabilirliğini sağlamak amacıyla, kamu yararını da gözetmek suretiyle, bilgi sistemleri denetimi dahil, uluslararası standartlarla uyumlu ulusal denetim standartlarını oluşturmak ve yayımlamak.

ç) Bağımsız denetçiler ve bağımsız denetim kuruluşlarının kuruluş şartlarını ve çalışma esaslarını belirlemek, bu şartları taşıyan kuruluşları ve bağımsız denetim yapacak meslek mensuplarını yetkilendirerek listeler halinde ilan etmek ve bunları oluşturacağı resmi sicile kaydederek Kurumun internet sitesinde kamuoyunun erişimine sürekli olarak açık tutmak.

d) Bağımsız denetçiler ve bağımsız denetim kuruluşlarının faaliyetleri ile denetim çalışmalarının, Kurumca yayımlanan standart ve düzenlemelere uyumunu gözetlemek ve denetlemek.

e) İnceleme ve denetimler sonucunda aykırılıkları saptanan bağımsız denetçiler ve bağımsız denetim kuruluşlarının faaliyet izinlerini askıya almak veya iptal etmek.

f) Bağımsız denetim yapacak meslek mensuplarına yönelik sınav, yetkilendirme ve tescil yapmak, disiplin ve soruşturma işlemlerini yürütmek, sürekli eğitim standartları ile mesleki etik kurallarını belirlemek, bunlara yönelik olarak kalite güvence sistemini oluşturmak ve bu alanlardaki eksikliklerin düzeltilmesi için gerekli tedbirlerin alınmasını sağlamak.

g) Yabancı ülkelerin Kurulun görev alanıyla ilgili konularda yetkili birimleriyle işbirliği yapmak, mütekabiliyet esasına göre Türkiye'de bağımsız denetim yapmasına yetki verilen yabancı ülke denetim kuruluşları ve denetçilerini listeler halinde ilan etmek ve bunları oluşturacağı resmi sicile kaydederek Kurumun internet sitesinde kamuoyunun erişimine sürekli olarak açık tutmak.

ğ) Denetimin bağımsızlığının ve tarafsızlığının sağlanmasına, denetime olan güven ile denetimin kalitesinin artırılmasına yönelik düzenlemeler yapmak ve gerekli tedbirleri almak.

h) Düzenlemek ve denetlemekle görevli olduğu alanla ilgili ikincil düzenlemeleri yapmak ve bu konularda gerekli kararları almak.

ı) Görev alanıyla ilgili uluslararası uygulama ve gelişmeleri izlemek, Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu ve Uluslararası Denetim ve Güvence Standartları Kurulu ile muhasebe ve denetim alanında çalışmalar yapan diğer uluslararası kuruluşlarla işbirliği yapmak, lisans ve telif anlaşmaları akdetmek ve gerektiğinde bu kuruluşlara üye olmak.

i) Muhasebe standartları ve denetim standartlarının benimsenmesi ve uygulanması ile görev alanıyla ilgili konularda kamu bilincinin yerleştirilmesine yönelik olarak toplantı, konferans ve benzeri etkinlikler ile gerekli yayınlarda bulunmak.

j) Kurumun ana stratejisini, performans ölçütlerini, amaç ve hedeflerini, hizmet kalite standartlarını belirlemek, insan kaynakları ve çalışma politikalarını oluşturmak, Kurumun hizmet birimleri ve bunların görevleri hakkında öneride bulunmak.

k) Kurumun ana stratejisi ile amaç ve hedeflerine uygun olarak hazırlanan bütçesini görüşmek ve karara bağlamak.

l) Kurumun performansını ve mali durumunu gösteren raporları onaylamak.

m) Taşınmaz alımı, satımı ve kiralanması konularındaki önerileri görüşüp karara bağlamak.

n) Başkanın önerisi üzerine, Başkan Yardımcıları ve Daire Başkanlarını atamak.

o) Çalışma ve danışma komisyonlarının üyelerini belirlemek.

ö) Mevzuatla verilen diğer benzeri görevleri yapmak.

2. BAĞIMSIZ DENETİM

Türkiye'de bağımsız muhasebe denetiminin vergi amaçlı olarak XX. Yüzyılın ilk yarısı ortalarında başladığı görülmektedir. 1926'da kabul edilen Türk Ticaret Kanunu ile muhasebenin defter ve kayıt usulleri de düzene

sokulmaya çalışılmıştır. Devlet, mali tabloların, devletin gelir memurları yanında serbest hesap uzmanları tarafından da muhasebe denetiminin yapabileceğini de belirtmiştir (Güvemli ve Özbirecikli, 2011:147).

Türkiye'de bağımsız denetim faaliyetleri 1990'lı yıllarda başlamış olup bağımsız muhasebe denetimi alanındaki faaliyetlerin gelişme dönemi 1990-2010 yılları arasında olmuştur.

13/06/1989 tarihinde Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren 3568 Sayılı Meslek Yasası ile SMMM'lere ve YMM'lere, denetim yapma yetkisi tanımıştır. Ayrıca YMM'lere tasdik yapma yetkisi vermiştir. Doğal olarak bu Kanun, denetim yapacak meslek mensuplarını da tanımlamaktadır.

Türkiye'nin 3 Ekim 2005 tarihinden itibaren AB'ye tam üyelik için müzakerelere başlamış olması, başta temel kanunlar olmak üzere tüm mevzuatın AB müktesebatı ile uyumlu hale getirilmesini zorunlu kılmıştır. Bunun üzerine Adalet Bakanlığı tarafından 1999 yılı sonunda kurulan "Ticaret Kanunu Komisyonu" tarafından çalışmalara başlanmış ve 2007 yılında büyük ölçüde İsviçre ve Alman Bilanço Hukuku'nu kaynak alan yeni bir TTK tasarısı hazırlanmıştır (Çelebi ve Güçlü, 2007: 144).

2011 yılı başında kabul edilen yeni TTK, Türk hukuk sisteminde yer alan dördüncü ticaret kanunudur ve ticaret hukuku bu yasal düzenleme ile çağın gereklerine uygun duruma getirilmiş olmaktadır. 14/02/2011 tarihli Resmi Gazete'de 6102 Sayılı Yasa olarak yayınlanan yeni Ticaret Kanunu, gerek muhasebe uygulamaları ve muhasebe standartları gerekse denetim ve denetim standartları alanında devrim niteliğinde düzenlemeler getirmektedir. Yeni Türk Ticaret Kanunu, ülkemizde çok önemli değişiklerin zemini oluşturmaktadır (Güvemli ve Özbirecikli, 2011:156).

Bağımsız denetim kavramı, ticaret hukukumuzda ilk defa 01/07/2012 tarihinde yürürlüğe giren 6102 sayılı Kanun'da yer almıştır. Bağımsız denetim; Finansal tablo ve diğer finansal bilgilerin, finansal raporlama standartlarına uygunluğu ve doğruluğu hususunda, makul güvence sağlayacak yeterli ve uygun bağımsız denetim kanıtlarının elde edilmesi amacıyla, denetim standartlarında öngörülen gerekli bağımsız denetim tekniklerinin uygulanarak defter, kayıt ve belgeler üzerinden denetlenmesi ve değerlendirilerek rapora bağlanmasını ifade etmektedir. Bağımsız denetimin amacı işletmelerin mali tablolarının Uluslararası Muhasebe Standartlarına uygunluğunun denetimidir. Bağımsız denetim faaliyetinin bağımsız denetçi veya bağımsız denetim kuruluşu tarafından gerçekleştirilmesinde özellikle denetimin yürütülmesinde yapılacak işler bakımından herhangi bir fark bulunmamaktadır. AB'ye uyum çerçevesinde "02/11/2011 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 660 Sayılı Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu'nun Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'nin 9'uncu, 25'inci ve 27'nci maddelerine dayanılarak hazırlanan Bağımsız Denetim Yönetmeliği 26/12/2012 tarihli ve 28569 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır. Bu çerçevede Haziran 2017 itibarıyla 235 bağımsız denetim şirketine bağımsız denetim yapma yetkisi verilmiştir. 10 yılını tamamlamış ve bağımsız denetim eğitimini tamamlayan mali müşavirler ile YMM'lere KGK tarafından bağımsız denetçi yetkisi verilerek sicile kaydedilmişlerdir. Haziran 2017 itibarıyla yetki verilen bağımsız denetçi sayısı 16.416 adettir (Sağlam, 2017).

Muhasebe ve denetleme uygulamaları da genellikle TMS'ye bırakılmış bulunmaktadır. Kanunda yer alan TMS ve bağımsız denetim konuları şu şekilde sıralanabilir (Güvemli ve Özbirecikli, 2011:147):

- ✓ Yılsonu finansal tablolar TMS'ye uygun düzenlenmeli, açık ve anlaşılır olmalı, düzenli bir işletme faaliyeti akışının gerekli kıldığı süre içerisinde çıkarılmalıdır (Madde 69).
- ✓ Anonim şirketlerin yönetim kurulları, TMS-1"e (Finansal Tabloların Sunuluşu) göre bilanço, gelir tablosu, öz kaynak değişim tablosu, nakit akış tablosu ve bu tabloların dipnotlarını, yıllık faaliyet raporu ile birlikte genel kurula sunacaklardır (Madde 514- 528).
- ✓ Anonim şirketler ve konsolide mali tablolar ile yıllık faaliyet raporunu düzenlemek zorunda olan şirketler, mali yılın bitiminden itibaren altı ay içinde bilançoları ile yıllık faaliyet raporlarını, kar dağıtımına ilişkin genel kurul kararını ve bağımsız denetçi görüşünü, günlük baskı adedi en az elli bin olan bir ulusal gazetede ilan ederler (Madde 514-528). Bu ilanı anonim şirketler web sitelerinde yayınlamak zorundadırlar.
- ✓ Gerçek ve tüzel kişiler ticari defterlerini tutarken ve finansal tablolarını hazırlarken, TMSK tarafından yayınlanan TMS'ye, bu standartların kavramsal çerçevede belirtilen muhasebe ilkelerine ve bunların yorumlarına uymak zorundadırlar (Madde 88).

Bağımsız denetçi, bağımsız denetim yapmak üzere, 3568 Sayılı Kanuna göre YMM ya da SMMM'lik ruhsatını almış meslek mensupları arasından KGK tarafından yetkilendirilen kişidir. 6102 Sayılı Kanuna göre bağımsız denetçiler KGK tarafından belirlenecek 3568 Sayılı Kanuna göre meslek mensupları arasından seçilecektir.

Bağımsız denetçinin temel sorumluluğu mali tabloları incelemek ve onların doğruluğu hakkında görüş bildirmektir. Bunun yanında mali tablolardaki hata ve hilelerin bulunması, kanunsuz işleri tespit etmek ve işletme hayatının gelecekte de süreklilik göstereceğini tespit ederek bu bağlamda mali durumun da yeterli derecede güvence altında olduğunu belirlemek gibi tali sorumlulukları da vardır.

Bağımsız denetçiler;

- ✓ Yetkilendirilmiş Yeminli Mali Müşavirler (YMM) – Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler (SMMM),
- ✓ SPK Tarafından kabul edilmiş dış denetim şirketleri,
- ✓ Bankalar

Bağımsız Denetçileridir.

Türkiye'de muhasebe mesleğinin örgütlenmesini sağlayan 3568 Sayılı Kanun 13/06/1989 tarih ve 20194 saylı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Meslek Yasasında, meslek mensuplarının unvan ve göreleri Tablo 2'de yer aldığı gibi düzenlenmiştir.

Tablo 2. Meslek Yasasında Unvanlar ve Görevleri

Meslek Unvanı	Görevi
SM	Muhasebe Kayıt İşleri
SMMM	Denetleme ve Muhasebe Kayıt İşleri
YMM	Mali tabloların Onayı ve Denetleme

Kaynak: Güvemli ve Özbirecikli, 2011: 684.

SM'ler genellikle Ticaret Meslek Lisesi mezunu olup iki yıllık staj sonrası sınav ile unvan almaktaydılar. Bu unvan, 10/07/2008 Tarih ve 786 Sayılı yasa ile mevcut serbest muhasebecilerin hakları korunarak, 2008 yılında kaldırılmıştır.

SMMM'ler lisan mezunu adayların iki yıllık staj süreleri sonrası sınav ile unvan almaktaydılar, **yapılan değişiklik ile lisans mezunları için staj süresi üç yıl olarak belirlenmiştir.** Lisans öğrenimini 3568 Sayılı Kanunun 5/A-a maddesinde belirtilen alanlarda tamamlamış ve aynı alanlarda yüksek lisans eğitimi görenlerin, bu eğitimde geçen süreleri, yüksek lisans diplomasının teslim edilmesi koşuluyla bir (1) yıllık staj süresinden sayılır. Bu indirimden faydalananların diğer aldığı kurs ve seminerlerde geçen süresi staj süresinden sayılmaz. Yukarıda sayılan hallerde kabul edilen bölümlerde doktora yapmış olanların ise bu eğitimde geçen sürelerinin 18 ayı, doktora diplomasının verilmesi koşuluyla staj süresinden sayılır. Kanunun belirlediği alanların dışında lisans eğitimi yapanların, bu yönetmelikteki alanlarda yüksek lisans ya da doktora derecesine sahip olanların staj süreleri üç (3) yıl olup, yüksek lisans ve doktoradan dolayı, staj süresinden sayılan hallerden yararlanamazlar.

3568 Sayılı Kanunun 9. maddesine göre; YMM **olabilmek için:** En az 10 yıl SMMM'lik yapmış olmak, YMM'lik sınavını vermiş olmak, YMM ruhsatını almış olmak şartları aranıyordu. Devlette uzman olarak çalışanlar için sınav koşulu aranmıyordu. 2008 yılında kanunda yapılan değişiklikle herkes için sınav koşulu getirilmiştir.

YMM'lerin yıl sonunda hazırlayarak Maliye Bakanlığı'na verdikleri vergi amaçlı raporlarının adı Sürekli Denetleme ve Tasdik Raporu'dur. Bu rapor, ekleri ile birlikte ortalama yüz sayfayı bulur. Söz konusu raporlar, Maliye Bakanlığı'nın ihtiyacına dönük niteliktedir. Çünkü bu raporlar sadece adı geçen Bakanlığa verilmektedir. Bu raporların hemen hemen tamamı kurumlar vergisi yükümlülerine aittir (GİB, 2011). Muhasebe mesleğinin örgütlenmesi sonucunda günümüzde bağımsız muhasebe denetiminde kabul görmüş SMMM ve YMM şeklinde iki unvan söz konusudur.

TÜRMOB Bağımsız Denetim Merkezi Kurulmasına İlişkin Esaslar Hakkında Tebliğ (Seri I, No:1) Madde 1. denetim mesleğinin performansının ve kalitesinin yükselmesine, muhasebe mesleğinin bağımsızlığının ve tarafsızlığının korunmasına katkı sağlamak, ulusal ve uluslararası düzeyde, muhasebe denetimine ve meslek mensuplarına olan güveni sürdürülebilir kılmak üzere Birlik meslek mensuplarının oluşturdukları bağımsız denetim şirketleri ile bağımsız denetçilerin onaylanmasını, tescilini, takibini, kamuya duyurulmasını sağlamak, bağımsız denetçilerin ve denetim şirketlerinin kalite güvence sistemlerinin kurulması ve bağımsız denetim lisansına, meslekte uzmanlaşmaya, iç denetim ve kurumsal yönetime ilişkin uygulamaları yürütmek üzere Birlik bünyesinde oluşturulan TÜRMOB Bağımsız Denetim Merkezinin kuruluş ve çalışma esasları, görev ve yetkileri ile bağımsız denetim şirketleri kütüğüne ilişkin esasları belirlemektir. (Resmi Gazete No: 27746, Resmi Gazete Tarihi: 01/11/2010). Bu Tebliğde geçen; TÜRMOB Bağımsız Denetim Merkezinin görevleri aşağıda gösterilmiştir (Maddde. 9):

a) Bağımsız denetim mesleğinin geliştirilmesi ile ilgili çalışmalar yapmak,

b) Bağımsız denetçilerin menfaatlerini, mesleki ahlak, düzen ve geleneklerini korumak,

c) Denetim mesleğinin performansının ve kalitesinin yükselmesine katkı sağlamak, ulusal ve uluslararası düzeyde, muhasebe denetimine ve bağımsız denetçilere olan güveni sürdürülebilir kılmak,

d) Meslek mensuplarının kurmuş oldukları bağımsız denetim şirketlerinin ve bağımsız denetçilerin onaylanmasını, tescilini, sicilinin takibini yaparak 'Bağımsız Denetçiler Şahsi Kütüğü' ve 'Bağımsız Denetim Şirketleri Kütüğünü' oluşturmak ve kamuya duyurulmasını sağlamak,

e) Bağımsız denetçilerin lisanslama ve sertifikasyon işlemlerini yürütmek, konuya ilişkin eğitimler düzenlemek ve sınavları yapmak,

f) Denetim şirketlerinin kalite güvence sistemlerine ilişkin esasları belirlemek, kalite güvence sistemlerini izlemek,

g) Bağımsız denetim alanında yetkili mercilere görüş bildirmek,

h) Bağımsız denetim ve denetim standartları konularında ulusal ve uluslararası gelişmeleri takip etmek, toplantılara katılmak, eğitim ve diğer faaliyetleri düzenlemek, uluslararası organizasyonlara üye olmak,

i) Türkiye Denetim Standartları Kurulunun çalışmalarına katılmak, görüş bildirmek,

j) Mesleki uzmanlık ve meslekte uzmanlaşmaya ilişkin esasları belirlemek ve uygulamak üzere çalışmalar yapmak,

k) Bağımsız denetim konusunda resmi kurum ve kuruluşlarca istenen bilgi ve görüşleri vermek,

l) TÜRMOB Yönetim Kurulu'nca verilen diğer işleri yapmak ve/veya görüş bildirmek.

m) TÜRMOB Bağımsız Denetim Merkezinin meslekte uzmanlaşma ile ilgili görev ve yetkileri şunlardır:

1. Meslekte uzmanlaşmanın sağlanması ve geliştirilmesi ile ilgili çalışmalar yapmak,

2. Meslekte uzmanlaşma eğitimini gerçekleştirmek ve odalar bünyesinde kurulacak Akademilerin alt yapılarını oluşturmak, kuruluş izinlerini vermek ve bunların gözetim ile denetimlerini yapmak,

3. Lisansa bağlanacak uzmanlık alanlarını ve standartları belirlemek,

4. Akademiler tarafından önerilen uzmanlık alanlarının açılmasına karar vermek,

5. Uzmanlık eğitimleri sonucunda verilecek uzmanlık lisanslarının usul ve esaslarını belirlemek,

6. Uzmanlık lisansları sınav, usul ve esaslarını belirlemek,

7. Uzmanlık lisansı almış meslek mensuplarının sürekli eğitim usul ve esaslarını belirlemek,

8. Uzmanlık lisanslarının ulusal ve uluslararası alanda geçerliliğini sağlamak,

9. Her uzmanlık alanının tanıtımı, geliştirilmesi ve kalitesinin artırılmasına yönelik çalışmalar yapmak,

10. Her uzmanlık alanıyla ilgili süreli ve süresiz yayınlar yapmak veya yapılmasına katkıda bulunmak,

11. Her uzmanlık alanıyla ilgili ulusal ve uluslararası sempozyum, kongre, panel, çalıştay ve benzeri faaliyetleri yapmak veya yapılmasına katkıda bulunmak,

12. Uzmanlık lisansı almış meslek mensuplarının denetim ve disiplini ile ilgili usul ve esasları düzenlemek,

13. Ulusal ve uluslararası kuruluşlarla işbirliği yaparak mesleki uzmanlaşmanın gelişmesine katkıda bulunmak,

14. Uzmanlık lisansı sahibi meslek mensupları arasında dayanışmayı sağlamak ve haksız rekabeti önlemek.

n) İç denetim faaliyetlerini disipline etmek, lisanslamak ve kurumsal yönetime ilişkin çalışmalar yapmak.

Bağımsız denetim gerek 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu gerekse 660 Sayılı Kararname uyarınca KGK'ca yetkilendirilmiş bağımsız denetçiler ve bağımsız denetim kuruluşlarınca, KGK'nın belirlediği esaslar çerçevesinde, denetçilik mesleğinin gerekleriyle etiğine uygun bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda, bağımsız denetim faaliyetinin bağımsız denetçi veya bağımsız denetim kuruluşu tarafından gerçekleştirilmesinde özellikle denetimin yürütülmesinde yapılacak işler bakımından herhangi bir fark

bulunmamaktadır. 2016 yılı itibarıyla Bakanlar Kurulu'nca belirlenen hadler dahilindeki şirketler, halka açık şirketler ve düzenleme kapsamında diğer şirketlerden denetlenen şirket sayısı yaklaşık 7 bin civarındadır. Bu şirketler bağımsız denetim şirketlerince ve bağımsız denetim ağlarınca denetlenmektedir (Sağlam, 2017).

Sermaye Piyasası'na yönelik bağımsız denetim ile ilgili ilk yasal düzenlemenin, Sermaye Piyasasındaki Bağımsız Dış Denetleme Hakkında Yönetmelik ile 1987 yılında yürürlüğe girdiği görülmektedir (Sermaye Piyasasındaki Bağımsız Dış Denetim Yönetmeliği, Resmi Gazete No: 19663, Resmi Gazete Tarihi: 13/12/1987). Bu yasal düzenleme, Türkiye'de bağımsız muhasebe denetlemesine ait ilk düzenlemelerden olduğu için önem taşımakta olup bağımsız denetleme esaslarının o zamanın anlayışı çerçevesinde ileri düzeyde bir anlayışa sahip olduğu dikkati çekmektedir. Sermaye Piyasası'nda Bağımsız Denetim Standartları Hakkında Tebliğ (2006), 17 eki bulunan, 44 maddeden oluşan geniş bir yasal düzenlemedir. Türkiye'de bugün bağımsız muhasebe denetiminin sermaye piyasasına dönük nitelik taşıyan uygulaması halen bu yasal düzenleme ile (Seri X, No. 22 Sayılı. Değişiklikler: 23, 24, 25) yapılmaktadır. (Güvemli ve Özbirecikli, 2011:160).

Sermaye piyasası mevzuatı kapsamında yürütülecek bağımsız denetim çalışmalarının, 6362 Sayılı Sermaye Piyasası Kanunu'nun 14 ve 36'ıncı maddeleri uyarınca, Türkiye Denetim Standartları çerçevesinde yapılması gerekmektedir. Bunun yanı sıra, Seri: X, No: 22 Sermaye Piyasasında Bağımsız Denetim Standartları Hakkında Tebliğ'in 1, 2 ve 3'üncü kısımları, halen yürürlükte bulunmaktadır.

Seri: X, No: 22, Sermaye Piyasasında Bağımsız Denetim Standartları Hakkında Tebliğ'inde (Sermaye Piyasasında Bağımsız Denetim Standartları Hakkında Tebliğ, (Seri: X, No: 22), Resmi Gazete No: 27890, Resmi Gazete Tarihi: 30/03/2011.):

a) Bağımsız denetçi: Bağımsız denetim kuruluşlarının bağımsız denetimle görevlendirdiği her kıdemdeki denetim elemanlarını,

b) Bağımsız denetim: İşletmelerin kamuya açıklanacak veya Kurulca istenecek yıllık finansal tablo ve diğer finansal bilgilerinin, finansal raporlama standartlarına uygunluğu ve doğruluğu hususunda, makul güvence sağlayacak yeterli ve uygun bağımsız denetim kanıtlarının elde edilmesi amacıyla bağımsız denetim standartlarında öngörülen gerekli tüm bağımsız denetim tekniklerinin uygulanarak, defter, kayıt ve belgeler üzerinden denetlenmesi ve değerlendirilerek rapora bağlanmasını,

c) Bağımsız denetim kuruluşu: Bu Tebliğde belirtilen şartları taşıyan ve Kanun uyarınca sermaye piyasasında bağımsız denetimle yetkilendirilen kuruluşları,

ç) Bağımsız denetim standartları: Yapılacak bağımsız denetimlerin ve sonuçlarının sermaye piyasası mevzuatı yönünden geçerli olabilmesi için bu Tebliğ ile belirlenen bağımsız denetim ilke, esas ve kurallarını,

d) Finansal raporlama/muhasebe standartları: Kurul tarafından belirlenerek yayımlanan finansal raporlama ilke, esas ve kurallarını,

e) Finansal tablolar: Dipnotlarıyla birlikte konsolide olanlar dahil bilanço, gelir tablosu, nakit akım tablosu ve özsermaye değişim tablosunu,

f) İnceleme (Sınırlı bağımsız denetim): Ara dönem finansal tablolarının Kurulca yayımlanan finansal raporlama standartlarına uygun olarak hazırlanıp hazırlanmadıklarının öncelikle bilgi toplama (soruşturma) ve analitik inceleme teknikleri kullanılarak incelenmesi ve değerlendirilerek rapora bağlanmasını,

g) İşletme: İhraç ettiği sermaye piyasası araçları bir borsada ve/veya teşkilatlanmış diğer piyasalarda işlem görenler dahil, ortaklıklar ve sermaye piyasası kurumları ile Kurulun finansal raporlama standartlarına ilişkin düzenlemeleri kapsamında konsolidasyona dahil edilen işletmeler ile bağlı ortaklık, müşterek yönetime tabi teşebbüs ve iştirak niteliğindeki diğer işletmeleri,

ğ) Kanun: 28/7/1981 tarihli ve 2499 sayılı Sermaye Piyasası Kanununu,

h) Kurul: Sermaye Piyasası Kurulunu,

ı) Liste: Sermaye piyasasında bağımsız denetimle yetkili kuruluşlar listesini,

i) Müşteri: Bağımsız denetim yaptırmak üzere, bağımsız denetim kuruluşu ile sözleşme imzalamış olan işletmeleri, **j) Ortaklık:** Kanunda tanımlanan ihracatçıları ve halka açık anonim ortaklıkları,

k) Sermaye piyasası kurumları: Kanunda tanımlanan kurumları,

l) Yönetici: Bağımsız denetim kuruluşunu temsil ve ilzama yetkili yönetim kurulu başkan ve üyesi, genel müdür, genel müdür yardımcısı, müdür gibi unvanları taşıyan bağımsız denetçileri,

m) Denetim programı (Ek. Seri: X, No: 25 sayılı Tebliğ ile): Bağımsız denetimin yürütülmesi sırasında her bir denetim alanı için uygulanması düşünülen denetim işlemlerini çalışma kağıtlarıyla ilişkilendirerek, kalemler itibariyle çeşit, tarih ve süre ile görevlendirilen elemanlar bakımından ayrıntılı olarak belirlendiği dokümanı, ifade eder.

Sermaye piyasalarında bağımsız denetim faaliyetinde bulunacak kuruluşların ve bu kuruluşlarda ortak olacak veya yönetici ve denetçi olarak görev alacakların sağlaması gereken şartlar ve yetkilendirilmek üzere Kurula yapılacak başvurularda istenen bilgi ve belgeler Seri:X, No:22 "Sermaye Piyasasında Bağımsız Denetim Standartları Hakkında Tebliğ"in İkinci Kısmı'nın 2, 3 ve 4'üncü bölümlerinde yer almaktadır.

Sermaye Piyasası Kurulu da kendi denetim kadroları yardımı ile denetim yapmaktadır. Sermaye Piyasası'na Yönelik Bağımsız Denetimin Usul ve Esasları şöyledir: Bağımsız denetimi yürüten ekibin sorumlusu olan ortak baş denetçi, mesleki standartlara, yasal düzenlemelere uygun iş yapılmasını, bağımsız denetim kuruluşunun kalite kontrol yöntemlerinin kullanımını, gerçeği yansıtan bağımsız denetim raporu düzenlenmesini, denetimde kalitenin önemini göz önünde tutar ve etik kurallar olarak dürüstlük, tarafsızlık, mesleki yeterlilik, titizlik, güvenirlik ilkelerine dikkat eder.

Denetçiler, SMMM ve YMM unvanına sahip olmalıdırlar. Sermaye piyasasında bağımsız denetim lisans belgesine sahip olmaları aranmaktadır. Sorumlu ortak baş denetçilerin, en az 2 yıl süreyle kurulun listesinde yer alan bağımsız denetim kuruluşlarında denetçi, kıdemli denetçi, baş denetçi olarak çalışmış olmaları gerekmektedir. Bağımsız denetçilerin dürüst ve bağımsız olma zorunlulukları vardır. Bağımsız denetçiler mesleki şüphecilik anlayışıyla hareket etmek, bu niteliklerini etkileyebilecek müdahalelere imkan vermemek zorundadırlar. Bağımsız denetim sonucunda ulaştıkları görüşlerini raporlarında açıklıkla belirtmek zorundadırlar (Güvemli ve Özbirecikli, 2011:161).

Bankacılık sektörünün denetim ve düzenlenmesini üstlenen bir kurum olan Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), 23/6/1999 tarihinde yürürlüğe giren 4389 Sayılı Bankalar Kanunu ile kuruldu. 31/08/2000 tarihinde faaliyete başladı.

31/08/2000 tarihine kadar bankaların denetim ve düzenlenmesi Hazine Müsteşarlığı'nın Bankalar Yeminli Murakıpları Kurulu ile Banka ve Kambiyo Genel Müdürlüğü'nün bankacılıkla ilgili birimleri ve Merkez Bankası Bankalar Gözetim Müdürlüğü tarafından gerçekleştiriliyordu. BDDK göreve başlaması ile birlikte, söz konusu diğer kurumların görev, yetki ve sorumluklarını devraldı. Ayrıca, Merkez Bankası tarafından idare ve temsil olunan Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'nun (TMSF) temsil ve idare yetkisi BDDK'ya geçti. Ancak, TMSF, 26/12/2003 tarihinde 5020 Sayılı Kanun uyarınca idare ve mali özerkliğe sahip kamu tüzel kişiliğe sahip bir kamu kurumu niteliğini kazandı (Uzunoğlu, 2014, s. 75). BDDK'nın oluşturulması ile bankacılık kesiminin tek elden denetimi sağlanmıştır.

Ülkemizde, bankacılık sisteminin düzenlenmesi ve denetiminden sorumlu otorite BDDK'dır. BDDK, 1999 yılında 4389 Sayılı Bankalar Kanunu ile kurulmuş ve Başbakanlığa bağlı bağımsız bir kurumdur. 2005 yılında yeniden hazırlanarak yürürlüğe konulan ve bugün de geçerliliğini sürdüren Bankalar Kanunu'nda BDDK'nın görevleri, finansal piyasalarda güven ve istikrarın sağlanması, kredi sisteminin etkin bir şekilde çalışması, mali sektörün gelişmesi, tasarruf sahiplerinin hak ve menfaatlerinin korunması biçiminde sıralanmaktadır (5411 sayılı Bankacılık Kanunu, Madde 93). Bankacılık Kanunu'nda, bankalarda bağımsız denetim yapacak kuruluşların BDDK tarafından belirleneceği belirtilmekte ve bağımsız denetim kuruluşlarının bankanın varlığını tehlikeye sokabilecek ya da yöneticilerin kanun ve esas sözleşmeyi ihlal etmiş olduklarını gösteren hususları tespit ederse durumu kuruma bildirir hükmü yer almaktadır.

5411 Sayılı Bankacılık Kanunu'na dayanılarak, bankaların bağımsız denetimi düzenlenmiş bulunmaktadır. 5411 Sayılı Kanun'dan alınan yetkiyle, faktoring, finansal kiralama ve finansman şirketlerine ilişkin olarak daha önce Hazine Müsteşarlığı tarafından yapılan gözetim ve denetim yetkisi BDDK'ya bırakılmış ve bu şirketlere yönelik bağımsız denetimin de yine bankacılık düzenlemeleri çerçevesinde gerçekleştirileceği tespit edilmiştir. Bankacılık mevzuatı uyarınca, bağımsız denetim faaliyetinde bulunma şartlarını taşıyan kuruluşlar, başvuru üzerine BDDK tarafından yetkilendirilmektedir (Okur, 2007: 9-10). 2017 yılı içerisinde 4 varlık yönetim şirketine, 1 özel finansman şirketine kuruluş izni; 1 banka, 3 varlık yönetim şirketi, 7 ödeme kuruluşu ve 5 elektronik para kuruluşuna faaliyet izni verilirken, 6 değerleme şirketine değerleme yapma yetkisi verilmiştir(BDDK, 2018: 60).

Bağımsız Denetime İlişkin Genel Esaslar (Güvemli ve Özbirecikli, 2011:166-167):

- ✓ Bağımsız denetim, bankaların hesap ve kayıt düzeni ile finansal tablolarının doğruluğunun, güvenirliliğinin, bankacılık düzenlemelerine uygunluk derecesinin araştırılması ve sonuçlarının ilgili taraflara bildirilmesi amacıyla, kanıt toplanması ve bu kanıtların değerlendirilmesi sonucunda görüş oluşturulması ve rapora bağlanması aşamalarından oluşan süreçtir.
- ✓ Defter, kayıt ve belgeleri üzerinden ve gerektiğinde işlem yapılan üçüncü kişilerle hesap mutabakatı da sağlanarak yürütüleceği belirtilmektedir.
- ✓ Denetlemenin, bankanın bağımsız denetim sözleşmesi imzaladığı bağımsız denetim kuruluşunun sorumlu ortak baş denetçisi başkanlığındaki bir ekip tarafından yapılacağı öngörülmektedir.
- ✓ Denetçilerin gizli dahi olsa bankaların tüm defter, kayıt ve belgelerini inceleyebilecekleri ve denetim işlemleri ile ilgili tüm bilgileri banka yönetiminden talep edebilecekleri hükümleri yer almaktadır.
- ✓ Yetkili denetim kuruluşlarının ve bağımsız denetçilerin, faaliyetlerini yürütürken gösterecekleri mesleki özen ve titizlik ile birlikte bağımsızlıklarına, doğruluk ve tarafsızlıklarına, gizliliğe, mesleki şüpheciliğe, mesleki itibarın zedelenmemesine ve mesleki yeterliliğin kazanılmasına ve korunmasına dair sorumlulukları olduğu belirtilmektedir.
- ✓ Bağımsızlık, yetkili denetim kuruluşlarının ortaklarının, yönetim kurulu başkan ve üyelerinin, denetçileri ile yöneticilerinin ve istihdam ettikleri bağımsız denetçilerin mesleki faaliyetlerini doğruluk, tarafsızlık ve mesleki şüphecilik ilkeleri çerçevesinde yürütmelerini sağlayacak davranışlar ve anlayışlar bütünü olarak ortaya konulmaktadır.

Bankacılık sektörünün denetim ve düzenlenmesini üstlenen bir kurum olan BDDK, 23/06/1999 tarihinde yürürlüğe giren 4389 Sayılı Bankalar Kanunu ile kuruldu. 31.08.2000 tarihinde faaliyete başladı.

5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun 10. kısmı BDDK'ya ait düzenlemeleri kapsamaktadır. BDDK'nın çalışma usul ve esaslarına ilişkin yönetmelik 12/07/2006 tarih ve 26226 sayılı Resmi Gazetede yayımlanmıştır. Kurul; biri başkan, biri ikinci başkan olmak üzere yedi üyeden oluşur. Kurumun en üst yöneticisi olan Başkan, Kurumun genel yönetim ve temsili ile Kurul tarafından alınan kararların yürütülmesinden sorumludur. Kurul, en az haftada bir defa olmak üzere, gerekli hallerde, Başkan tarafından belirlenen gün ve saatte toplanır.

Kurum, Kanun ve ilgili diğer mevzuatın verdiği yetkiler çerçevesinde (BDDK);

a) Tasarruf sahiplerinin haklarını ve bankaların düzenli ve emin bir şekilde çalışmasını tehlikeye sokabilecek ve ekonomide önemli zararlar doğurabilecek her türlü işlem ve uygulamaları önlemek, kredi sisteminin etkin bir şekilde çalışmasını sağlamak üzere gerekli karar ve tedbirleri almak ve uygulamak,

b) Kuruluşların ilgili mevzuatta öngörüldüğü şekilde; kuruluş, yetkilendirme ve faaliyetlerini düzenlemek, denetlemek, izlemek ve ilgili mevzuatın bu Kuruluşlarca uygulanmasını sağlamak,

c) Yurt içi ve yurt dışı muadil kurumların katıldığı uluslararası finansal, iktisadi ve mesleki teşekküllere üye olmak, görev alanına giren hususlarda yabancı ülkelerin yetkili mercileri ile mutabakat zaptı imzalamak,

ç) Finansal hizmetler sektörünün geliştirilmesine yönelik stratejiler belirlemek,

d) Kanunun 99 uncu maddesi uyarınca oluşturulan Finansal Sektör Komisyonunun sekretarya hizmetlerini yürütmek,

e) Kanunun 100 üncü maddesi uyarınca oluşturulan Eşgüdüm Komitesinin sekretarya hizmetlerini yürütmek,

f) Görevleri ile ilgili konularda bakanlıklar dahil ilgili resmi ve özel kuruluşlar ile kişilerden gizli dahi olsa her türlü bilgi ve belgeyi görevlendireceği personel vasıtasıyla veya yazışma yapmak suretiyle istemek ya da yerinde görmek,

g) Görev alanına giren konularda araştırma yapmak, yaptırmak, bunları ve Kurum dışında yapılan araştırmalardan uygun görülecekleri yayınlamak, kuruluşların performanslarına ilişkin olarak toplulaştırılmış bazda süreli raporlar hazırlamak,

ğ) Kanunla ve ilgili diğer mevzuatla verilen diğer görevleri yapmak,

ile görevli ve yetkilidir.

Bankalarda Bağımsız Denetim Gerçekleştirecek Kuruluşların Yetkilendirilmesi ve Faaliyetleri Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik (Resmi Gazete No: 26592, Resmi Gazete Tarihi: 24/07/2007).

01/11/2006 tarihli ve 26333 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Bankalarda Bağımsız Denetim Gerçekleştirecek Kuruluşların Yetkilendirilmesi ve Faaliyetleri Hakkında Yönetmeliğin 5 inci maddesine aşağıdaki fıkra eklenmiştir (Madde 1). "(4) Bağımsız denetim faaliyetleri Kanun ve Kanuna ilişkin düzenlemeler, diğer ilgili düzenlemeler ile uluslararası denetim standartları dikkate alınarak gerçekleştirilir." Yetkili denetim kuruluşları, ortakları ve bağımsız denetçileri, 3568 Sayılı Kanun ve TÜRMOB tarafından belirlenen ilkeler ile uluslararası denetim standartlarında benimsenen meslek ilkelerine uymakla yükümlüdür. Bu yükümlülük asgari olarak, yetkili denetim kuruluşlarının ve bağımsız denetçilerin faaliyetlerini yürütürken gösterecekleri mesleki özen ve titizlik ile bağımsızlıklarına, doğruluk ve tarafsızlıklarına, gizliliğe, mesleki şüpheciliğe, mesleki itibarın zedelenmemesine ve mesleki yeterliliğin kazanılmasına ve korunmasına dair tüm sorumlulukları kapsar." (Madde2.).

Aynı Yönetmeliğin 12 nci maddesinin üçüncü, beşinci ve ondördüncü fıkraları aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir (Madde 3).

Yetkili denetim kuruluşları, ortakları, yönetim kurulu başkan ve üyeleri, denetçileri, yöneticileri, bağımsız denetçileri ve bunların üçüncü derece dahil kan ve ikinci derece dahil kayın hısımları ile eşleri, bu kuruluşlarla hukuki bağlantısı bulunan yurt içinde veya yurt dışında kurulu bağımsız denetim kuruluşları; denetlenen banka, bankayı kontrol eden ortaklar veya bankanın kontrolü altında bulundurduğu ortaklıklar ile doğrudan ya da dolaylı ortaklık, piyasa koşullarına göre imtiyazlı bir şekilde kredi ya da borç-alacak veya bağımsız denetimin etkin bir şekilde yapılmasını engelleyecek herhangi bir menfaat ilişkisine giremezler. Bu kapsamda herhangi bir menfaat ilişkisinin oluşması ya da menfaat ilişkisi oluşmasına yol açacak bir teklif veya vaatte bulunulması halinde, durumun 13 üncü maddenin ikinci fıkrası uyarınca seçilecek sorumlu ortak başdenetçiler tarafından yetkili denetim kuruluşunun yönetim kuruluna ve Kuruma yazılı olarak bildirilmesi gerekmektedir."

MADDE 6 – Aynı Yönetmeliğin 15 inci maddesi başlığıyla birlikte "Yetkilendirilecek kuruluşun ortakları ile bağımsız denetçilerinde aranan şartlar" aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

1) Yetkilendirilecek kuruluşun ortakları ile bağımsız denetçilerinin;

a) 3568 Sayılı Kanun hükümleri uyarınca denetim yetkisi almış, ilgili meslek odasına kayıtlı SMMM veya YMM unvanını haiz ya da 3568 Sayılı Kanunun 8 inci maddesinde belirtilen mütekabiliyet esaslarına ve diğer hükümlere uygun olarak yabancı ülkelerde bağımsız denetim yapma yetkisi sağlayan belge sahibi olmaları,

b) Başka bir bağımsız denetim, derecelendirme veya değerleme kuruluşunda ortaklığının bulunmaması, yönetim kurulu başkanı ya da üyesi, denetçi, yönetici olmaması veya bağımsız denetim, derecelendirme veya değerleme faaliyeti ile iştigal eden personel olarak görev yapmaması,

c) Kanunun 8 inci maddesinin birinci fıkrasının (d) bendinde belirtilen niteliği haiz olmaları,

ç) Yurt içinde veya yurt dışında bağımsız denetim, değerleme veya derecelendirme yapma yetkisi iptal edilmiş kuruluşlarda yetki iptaline neden olan faaliyetlerde sorumluluklarının tespit edilmemiş olması,

d) Mesleki faaliyetleri dışında ticari faaliyetinin bulunmaması,

e) Hakkında diğer yetkili kurumlar tarafından yapılan bir disiplin kovuşturması sonucunda bağımsız denetim yapmalarını engelleyecek nitelikte ceza almamış olması şarttır.

2) Yetkilendirilecek kuruluşun tüzel kişi ortaklarının ortaklık yapısının şeffaf ve açık olması şarttır.

3) Yetkilendirilecek kuruluşun bağımsız denetçilerinin 17 nci maddede belirtilen nitelikleri haiz olmaları ve bağımsızlığı ortadan kaldıran ilişkilerinin ortaya çıkması halinde bağımsız denetimden çekileceklerini taahhüt etmeleri şarttır."

Aynı Yönetmeliğin 18 inci maddesinin birinci fıkrası aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir (Madde 9).

14 ve 15 inci maddelerde sayılan koşulları taşıyan ve 16 ncı maddede belirtilen belgelerle yazılı başvuruda bulunan bağımsız denetim kuruluşlarına, Kurulca faaliyet konularını yürütebilecek yeterliliğe sahip oldukları kanaatine varılması halinde bankalarda bağımsız denetim yapma yetkisi verilir."

SONUÇ

Türkiye'de muhasebe denetiminin gelişimi, 1987 sonrasında AB'ye tam üyelik başvurusunda bulunulması ile AB düzenlemelerinin ve son dönemlerde görülen uyum sürecinde Uluslararası Muhasebe Standartları'nın etkisinde kalmıştır. Türkiye'de 1990-2010 yılları arası, bağımsız muhasebe denetiminin gelişme dönemi olmuştur.

Bağımsız denetçiler; YMM'ler ve SMMM'ler, SPK Tarafından kabul edilmiş dış denetim şirketleri, Bankalar Bağımsız Denetçileri'dir.

13/06/1989 tarih ve 20194 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanıp yürürlüğe giren ve Türkiye'de muhasebe mesleğinin örgütlenmesini sağlayan 3568 Sayılı Kanun ile meslek unvanı SM, SMMM ve YMM olarak belirlenmiştir. SM, muhasebe kayıt işleri; SMMM, denetleme ve muhasebe kayıt işleri; YMM, mali tabloların onayı ve denetleme görevleri verilmiştir. SM, mevcut serbest muhasebecilerin hakları korunarak, 2008 yılında kaldırılmıştır. Muhasebe mesleğinin örgütlenmesi sonucunda bugün tüm bağımsız muhasebe denetiminde kabul görmüş SMMM ve YMM şeklinde iki unvan söz konusudur.

Sermaye Piyasası'na yönelik bağımsız denetim ile ilgili ilk yasal düzenlemenin, Sermaye Piyasasındaki Bağımsız Dış Denetleme Hakkında Yönetmelik ile 1987 yılında yürürlüğe girmiştir. Bu yasal düzenleme, Türkiye'de bağımsız muhasebe denetlemesine ait ilk düzenlemelerden olduğu için önem taşımakta olup, bağımsız denetleme esaslarının o zamanın anlayışı çerçevesinde ileri düzeyde bir anlayışa sahip olduğu dikkati çekmektedir. Sermaye Piyasası'nda Bağımsız Denetim Standartları Hakkında Tebliğ (2006), 17 eki bulunan, 44 maddeden oluşan geniş bir yasal düzenlemedir. Türkiye'de bugün bağımsız muhasebe denetiminin sermaye piyasasına dönük nitelik taşıyan uygulaması halen bu yasal düzenleme ile yapılmaktadır.

Sermaye Piyasası'na dönük denetimin Türkiye'de ilk çağdaş bağımsız muhasebe denetim ilkelerini içerdiği anlaşılmaktadır. Rapor standartları belirlenmiş ve mali tabloların denetiminde Uluslararası Muhasebe Standartları'nın uygulanması benimsenmiştir. Rapor standartlarında olumlu görüş bildiren, şartlı görüş bildiren, olumsuz görüş bildiren ve görüş bildirmekten kaçınan rapor türleri Sermaye Piyasası'na dönük denetim ile gündeme gelmiş ve öteki bağımsız denetleme alanlarında (Maliye Bakanlığına dönük vergisel amaçlı denetim dışında) da uygulanmaya başlanmıştır (Güvemli ve Özbirecikli, 2011:175).

Bankacılıkla ilgili bağımsız denetimin amacı başlangıçta mevduat sahiplerinin haklarının korunması olarak saptanmıştır. 1999'dan önce bankacılık kesimi, başta Hazine Müsteşarlığı olmak üzere Merkez Bankası ve öteki kamu kuruluşları tarafından denetleniyordu. 1999 yılı sonlarında Bankalar Kanunu'na yapılan eklenti ile BDDK oluşturulmuştur. BDDK^nın oluşturulması ile bankacılık kesiminin tek elden denetimi sağlanmıştır. Ülkemizde bankacılık sisteminin düzenlenmesi ve denetiminden sorumlu otorite BDDK'dır. BDDK, 1999 yılında 4389 Sayılı Bankalar Kanunu ile kurulmuş ve Başbakanlığa bağlı bağımsız bir kurumdur. 2005 Yılında yeniden hazırlanarak yürürlüğe konulan ve bugün de geçerliliğini sürdüren Bankalar Kanunu'nda BDDK'nın görevleri, finansal piyasalarda güven ve istikrarın sağlanması, kredi sisteminin etkin bir şekilde çalışması, mali sektörün gelişmesi, tasarruf sahiplerinin hak ve menfaatlerinin korunması biçiminde sıralanmaktadır.

Bağımsız denetim kavramı, ticaret hukukumuzda ilk defa 01/07/2012 tarihinde yürürlüğe giren 6102 Sayılı Kanun'da yer almıştır. AB'ye uyum çerçevesinde 02/11/2011 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 660 Sayılı Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu'nun Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'nin 9'uncu, 25'inci ve 27'nci maddelerine dayanılarak hazırlanan Bağımsız Denetim Yönetmeliği ve 26/12/2012 tarihli ve 28569 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır. Bağımsız denetimlerin tüm kontrolü, Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu'na aittir.

Bağımsız denetim gerek 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu gerekse 660 Sayılı Kararname uyarınca KGK'ca yetkilendirilmiş bağımsız denetçiler ve bağımsız denetim kuruluşlarınca, KGK'nın belirlediği esaslar çerçevesinde, denetçilik mesleğinin gerekleriyle etiğine uygun bir şekilde gerçekleştirilmektedir.

KAYNAKLAR

Arıca, N., İyibil, A. (1985). İşletmelerde Vergi Denetimi – Defter ve Belgeler, Fon Matbaası, Ankara.

BDDK Bankalarda Bağımsız Denetim Gerçekleştirecek Kuruluşların Yetkilendirilmesi Ve Faaliyetleri Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik, Resmi Gazete No: 26592, Resmi Gazete Tarihi: 24/07/2007.

BDDK. (2018). 2017 Yılı Faaliyet raporu, http://www.bddk.org.tr/ContentBddk/dokuman/hakkinda_0003_08.pdf, (27.09.2018).

Çelebi, A. ve Güçlü, F. C. (2007). "Türk Ticaret Kanunu Tasarısı ve T.M.S.K.", Vergi Dünyası, 310, 144-149.

Durmuş, C. N., ve Taş, O. (2008). SPK Düzenlemeleri ve 3568 Sayılı Mevzuat Kapsamında Denetim. İstanbul: Alfa Yayınları.

Erdoğan, M. (2002). "Muhasebe, Denetim ve Bağımsız Denetimin Gerekliliği", Doğuş Üniversitesi Dergisi, 5, 51-63.

GİB. (2011). http://www.gib.gov.tr, (27.09.2018).

Gürbüz, H. (1995). Muhasebe Denetimi, Bilim Teknik Yayınları, İstanbul.

Güredin, E. (2007). Denetim ve Güvence Hizmetleri, Arıkan Yayınları, İstanbul.

Güvemli, O., Özbirecikli, M. (2011). " Türkiye'de Bağımsız Muhasebe Denetiminin Gelişim Süreci 1990-2011", Mufitad Dergisi, Temmuz, SS. 146-180.

Hayes, R.S., Schilder, A. Dassen, R. ve Wallage, P. (1999). Principles of Auditing An International Perspective, McGraw-Hill Higher Education.

KGK. (2017). Türkiye Denetim Standartları, http://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/PDF%20linkleri/Bilgi_Notu_15_12_2017.pdf, (27.09.2018).

Sağlam, N. (2017). Bağımsız Denetimde Yeni Unvan "Serbest Bağımsız Denetçi" Uygulaması Ne Getirecek? 18 Temmuz 2017, Serbest Kürsü. (11.09.2018).

Sermaye Piyasasında Bağımsız Denetim Standartları Hakkında Tebliğ (Seri: X, No: 22), Resmi Gazete No: 27890, Resmi Gazete Tarihi: 30/03/2011.

Sermaye Piyasasındaki Bağımsız Dış Denetim Yönetmeliği, Resmi Gazete No: 19663, Resmi Gazete Tarihi: 13/12/1987.

TÜRMOB Bağımsız Denetim Merkezi Kurulmasına İlişkin Esaslar Hakkında Tebliğ, (Seri I, No:1), Resmi Gazete No: 27746, Resmi Gazete Tarihi: 01/11/2010.

Okur, M. (2007). Bağımsız Denetimin Denetimi, Ankara: SPK Yayınları.

Özer, M. (1997). Denetim, Özkan Matbaacılık Yayınları, Ankara.

Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik Ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu, Resmi Gazete No: 20194, Resmi Gazete Tarihi: 13/06/1989.

Uzunoğlu, S. (2014). Çağ Atlamada Yeni Dönem. Ekonomik ve Politik Gelişmeler: 1980-2015. İstanbul:Bağlam Yayıncılık.

Regresyon Modellerinde Kademeli Kırılma

Prof. Dr. Selahattin GÜRİŞ[1] **Tuğçe ACAR[2]**

[1]Marmara Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri Bölümü

[2]Marmara Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri Bölümü Doktora Öğrencisi

Özet:

Amaç: Çeşitli nedenlerle regresyon modellerinin tahmin edildiği değişkenlerde yapısal değişiklik veya kırılmalar oluşabilir. Bu yapısal kırılmalar zaman serileri ile yapılan çalışmalarda önemlidir. Yapılan araştırmalarda genel olarak serilerdeki yapısal kırılmaların anlık olarak meydana geldiği varsayılarak gerekli testler ve analizler yapılır. Oysa serilerde oluşan yapısal değişim anlık olarak meydana gelmeyebilir. Kırılma süreci başlar, zaman içinde aşamalı olarak devam ederek sonuçlanabilir, yani kademeli kırılma söz konusu olabilir. Belki de bu trigonometrik yaklaşım daha gerçekçidir ve gerçek hayatta daha çok karşılaşılan durumlar için geçerlidir. Bu kademeli geçişlere, yani kademeli kırılmaya modelde yer vermek için modele fourier terimleri eklenir. Bu çalışmada ise yapısal kırılma hem kukla değişken yaklaşımı ile, hem de Fourier yaklaşımı ile modellere trigonometrik terim eklendiği durumlar incelendikten sonra bir uygulamaya yer verilmiştir.

Yöntem: Çalışmada hem kukla değişkenler ile hem de fourier terimlerinin modele eklenmesi ile trigonometrik regresyon modellerin tahmini ve analizi açıklanmıştır. Fourier terimlerinin eklenmesi ile tahmin edilen modeller, kırılma söz konusu olduğunda kademeli geçiş sağlamaktadır.

Bulgular: Yapısal kırılma probleminin ortadan kaldırılmasında Fourier yaklaşımı farklı bir yer tutmaktadır. Fourier yaklaşımı, yapısal kırılmaların yapısını ve sayısını belirleme ihtiyacını ortadan kaldırdığından önemli bir avantaja sahiptir. Az sayıda yapısal kırılma içeren bir serinin temel özelliklerinin, Fourier yaklaşımının düşük frekanslı bileşenleri kullanılarak yakalanabileceği gösterilmiştir. Fourier yaklaşımı çok sayıda parametre tahmin etme ihtiyacını azaltacağından güçlü sonuçlar verecektir.

Sonuç: Uygulamada değişkenler BİST100 ile önemli yatırım araçlarından biri olan altın alınarak, iki değişken arasında kurulan regresyon modelinde yapısal kırılma araştırılmış, kırılma bulunduğunda önce kukla değişkenler kullanılarak düzeltilmiş, daha sonra Fourier yaklaşımı ile modeller tahmin edilmiş ve iki yaklaşım karşılaştırılmıştır.

Anahtar kelimeler: Yapısal Kırılma**,** Kademeli Geçiş**,** Trigonometrik Seri, Fourier Analizi

1. GİRİŞ

Zaman serilerinde yapısal kırılma kavramı, doğrusal olmayan etkileri zaman boyutunu dikkate alarak incelediğinden, yapılan çalışmalarda oldukça önemli bir yer tutar. Bu çalışmada da, genel olarak bir serideki yapısal kırılmaların anlık olarak meydana gelmesinin ve kendilerini eş zamanlı olarak ortaya çıkarmasının yanında bir serinin seviyesinde veya eğiminde yapısal değişimin aşamalı olabileceği gösterilmiştir. Yapısal kırılma hem kukla değişken yaklaşımı ile incelenmiş, hem de fourier yaklaşımı temelinde seride trigonometrik terim kullanımının sağladığı kademeli geçişler gösterilmiş, yöntemin avantajlarından bahsedilmiş ve sonraki çalışmalar için kukla değişken yaklaşımı ile fourier yaklaşımının birlikte kullanılabileceği belirtilmiştir.

2. REGRESYON MODELLERİNDE KADEMELİ KIRILMA VE FOURİER ANALİZİ

Doğrusal olmayan regresyon modellerinin önemli parçalarından biri de Fourier analizi temeline dayanan Trigonometrik Regresyon Modelidir. Fourier serisi hesaplamaları harmonik analiz olarak bilinir ve keyfi bir fonksiyonun bir dizi basit terimlere ayrılarak, ayrık terimler olarak çözülmesidir. Böylece problem istenilen ya da pratik olan bir yaklaşıklıkta çözülebilmektedir. Söz konusu fourier dönüşümleri periyodik bazı fiziksel olayların yapısını bileşenlerine ayırmamıza olanak tanır, içerisinde periyodiklik barındırarak dalga formu oluşturur ve bunu yaparken sinüs ve cosinüs fonksiyonlarının bir kombinasyonu olarak ifade edilmektedir. Bahsedilen özelliklerinden ötürü Fourier yaklaşımı, yapısal kırılma durumunda kullanıldığında serideki kademeli geçişleri yansıtma ve fonksiyondaki bilinmeyen periyodikliği yakalaması bakımından üstünlüğe sahiptir. Söz konusu bu Fourier metodolojisini anlayabilmek adına öncelikle periyodiklik ve trigonometrik seri kavramları tanımlanmalıdır.

Bir periyodik fonksiyon,

A$\subset R$ için f: A →B bir fonksiyon olsun. ∀xϵ A için

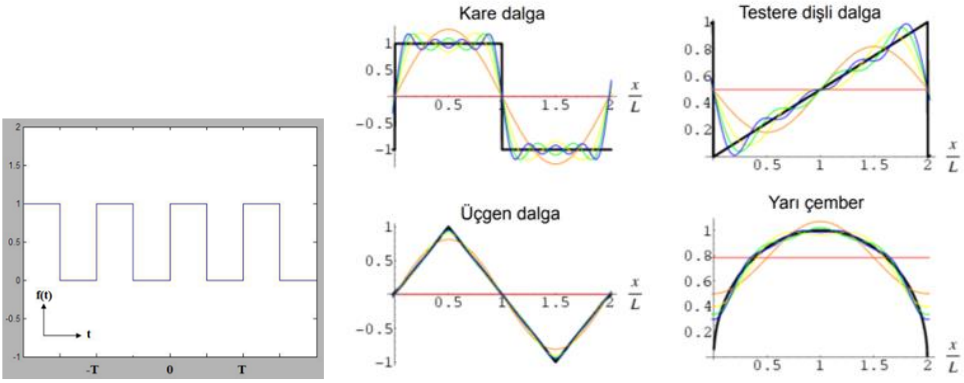
f (t + P) = f(t) eşitliğini sağlayan bir P reel sayısı varsa f fonksiyonuna periyodik fonksiyon denir. P ye ise fonksiyonun periyodu adı verilir.

Denklemin anlamı şudur: fonksiyon P (periyod) kadar süre gözlenir ve mevcut değer o anda gözlenen değer ile aynı değeri alır.

Eğer P, f(t) fonksiyonunun periyodu ise F=$\frac{1}{P}$ fonksiyonu frekans olarak adlandırılır. Eğer P_0 genel periyodsa $F_0=\frac{1}{P_n}$ fonksiyonu f(t) için genel frekans olarak adlandırılır.

Bazı periyodik formdaki yapılar :

Şekil 1 : Bazı Periyodik Formdaki Yapılar



2.1. Trigonometrik Seri Kavramı

a_n ϵR (n=0,1,2,.....) b_n ϵR (n=1,2,…) serinin katsayıları olmak üzere ve $u_0(x)=\frac{1}{2}a_0$, $u_n(x)= a_n \cos nx + b_n \sin nx$ (n=1,2,…) olmak üzere,

$\frac{a0}{2}+\sum_{n=0}^{\infty}(a_n \cos nx + b_n \sin nx) = \frac{a0}{2}+\sum_{n=0}^{\infty} u_n(x)$ biçimindeki fonksiyon seriye ***trigonometrik seri*** denir.

$\frac{1}{2}, \cos x, \sin x, \dots, \cos nx, \sin nx, \dots$ fonksiyonlar sistemine ise ***trigonometrik sistem*** denir.

Teorem : Eğer, $\frac{a0}{2}+\sum_{n=0}^{\infty}(a_n \cos nx + b_n \sin nx) = \frac{a0}{2}+\sum_{n=0}^{\infty} u_n(x)$ trigonometrik serisi R üzerinde düzgün yakınsak ve toplamı f(x) ise , yani

f(x)= $\frac{a0}{2}+\sum_{n=0}^{\infty} a_n \cos nx + b_n \sin nx$, xϵR ise,

$a_n=a_n(f)=\frac{1}{\pi}\int_{-\pi}^{\pi} f(x)\cos nx dx$, n=0,1,2,…

$b_n=b_n(f)=\frac{1}{\pi}\int_{-\pi}^{\pi} f(x)\sin nx dx$, n=1,2,… dir

Buna bilgilere göre eğer bir f fonksiyonu için $\frac{1}{\pi}\int_{-\pi}^{\pi} f(x)\cos nx dx$ (n=0,1,2,…) ve

$\frac{1}{\pi}\int_{-\pi}^{\pi} f(x)\sin nx dx$ (n=1,2,…) integralleri mevcut ise, a_n (n=0,1,2…) ve b_n (n=1,2,…) f nin Teorem' de tanımlanan Fourier katsayıları olmak üzere,

$\frac{a0}{2}+\sum_{n=0}^{\infty} a_n \cos nx + b_n \sin nx$ biçimindeki trigonometrik seriye f fonksiyonunun Fourier serisi (veya açılımı) denir.

$f(x) \sim \frac{a0}{2}+\sum_{n=0}^{\infty} a_n \cos nx + b_n \sin nx$ biçiminde gösterilir.

Buna göre bir fourier serisinin periyodik bir f(x) fonksiyonunun,cosinüs ve sinüs terimlerinin sonsuz toplamı biçimindeki açılımı olduğu anlaşılır. Fourier analizinin temeli özellikle fizik, mühendislik ve tıp alanında matematik biliminin bir bütünü olarak uygulanan en büyük ve en verimli alanlarından biri olarak karşımıza çıkacaktır.

2.2. Fourier Analizi

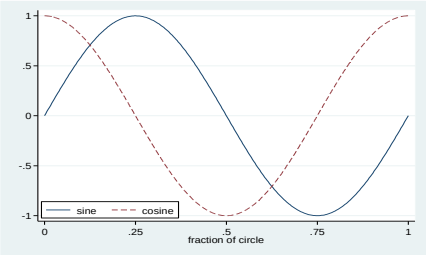
19.yüzyıl çalışmalarının önemlilerinden biri Fourier Analizi olmuştur. Fourier analizinin ayırt ediciliği, kendine özgü kümelemeler bulundurması ve bu kümelemeler doğrultusunda sinüs ve cosinüs serilerine dayanan bir yapıya sahip olmasıdır. Kendine özgü kümelemelerden kastedilen sistematik yapıya dayanan modeller olmasıdır. Dolayısıyla fourier analizindeki söz konusu bu sistematik yapı periyodiklik içeren olayların oluşturduğu bir yapıdır ve periyodik olayların davranışlarını açıklamak amacıyla Fourier Analizi kullanılmaktadır.

Aynı zamanda periyodiklik, harmoniklik, dairesellik ve Fourier analizi başlıkları altında incelenmektedir. Bu temel yapıya öncülük eden olaylar olarak astronomi, günlük doğum sayılarının hareketi, günün zamanlarının dairesel olarak incelenmesi veya mevsim yapısı ele alınabillir. Yani bu modeller genellikle çevresel döngülere bağlı olan biyolojik döngülerin modellenmesinde kullanılmaktadır. Söz konusu bu çalışmada ise yapısal kırılma durumunda Fourier yaklaşımı incelenmiştir.

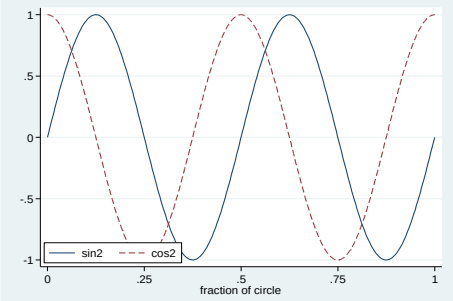
Tipik olarak, bir serideki yapısal kırılmalar anlık olarak meydana gelebilir ve kendilerini eş zamanlı olarak ortaya çıkarır. Bir serinin seviyesinde veya eğiminde yapısal değişim aşamalı olabilir. Fourier analizi temelinde, regresyonda kullanılan trigonometrik fonksiyonlar yapısal kırılma durumunda kullanıldığında seride kademeli geçişler sağlamaktadır. Peron'a göre (1989) geleneksel birim kök testleri bu şekilde kadameli durumlarda durağan olmama yönünde sonuçlar gösterir. Böyle durumlarda trigonometrik terimler, seriye salınım özelliği kazandırdığından, bu sayede kırılmalarda seride kademeli yumuşak geçişler oluşmaktadır. Söz konusu bu durum da, seriye kademeli kırılmalı regresyon özelliği kazandırmaktadır.

Trigonometrik terimlerin sağladığı bu salınım özelliği aşağıdaki grafiklerden de anlaşılabilir.

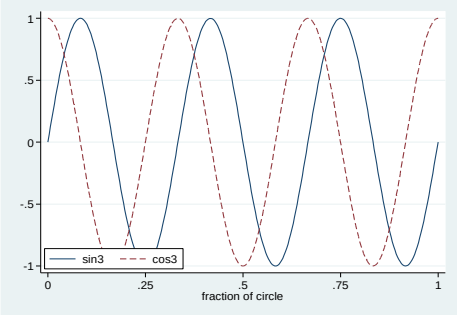
Şekil 2: Sine ve cose grafiği



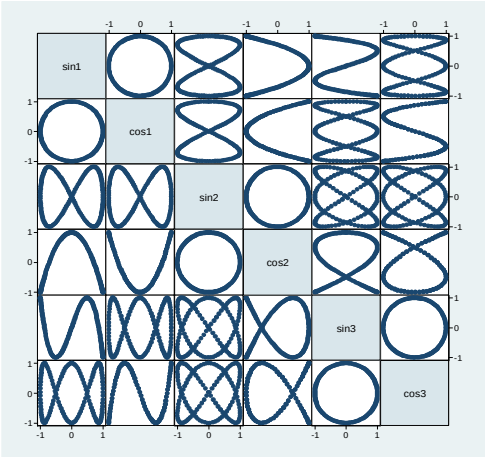
Şekil 3: Sin2 ve cos2 grafiği



Şekil 4: Sin3 ve cos3 grafiği



Şekil 5: İlk üç terim için sinüs ve cosinüs fonksiyonlarının dağılım matrisi



Yapısal kırılma ve doğrusal olmama durumunda, geleneksel birim kök testlerinin sonucu serinin durağan olmadığına yönelik bir eğilim gösterebildiğinden, bu problemi ortadan kaldırmada Fourier yaklaşımı önemli bir yer tutmaktadır. Fourier yaklaşımı, yapısal kırılmaların yapısı ve sayısını belirleme ihtiyacını ortadan kaldırdığından önemli bir avantaja sahiptir .Çünkü Fourier yaklaşımında sadece ani kırılmalar değil, kademeli olan değişimler de dikkate alınmaktadır. Yapılan çalışmalar sonucu, az sayıda yapısal kırılmalar içeren bir dizinin temel özelliklerinin, Fourier yaklaşımının düşük frekanslı bileşenleri kullanılarak yakalanabileceği gösterilmiş ve Fourier yaklaşımının çok sayıda parametre tahmin etme ihtiyacını azaltma yönündeki etkisinden dolayı güçlü sonuçlar vereceği belirtilmiştir.

Kullanılacak fourier test prosedür yaklaşımı aşağıdaki adımlardan oluşmaktadır:

1-) Doğrusal olmayan deterministik bileşenin belirtilmesi

$$y_t = \alpha_0 + \alpha_1 sin(\frac{2\pi k*t}{T}) + \alpha_2 cos(\frac{2\pi k*t}{T}) + vt$$

Burada k uygun frekanstır ve 1 ile 5 arasında değer almaktadır. Denklem Sıradan En Küçük Kareler (OLS) ile tahmin edilerek hata kareleri toplamı minimize edilir. Tahmin edilen denklemden hata terimleri elde edilir.

$$v_t = y_t - \alpha_0 - \alpha_1 sin(\frac{2\pi k*t}{T}) - \alpha_2 cos(\frac{2\pi k*t}{T})$$

2-) Elde edilen hata terimleri kullanılarak aşağıdaki denklem elde edilir.

$$\Delta v_t = \delta_1 y_{t-1}^3 + \delta_2 y_{t-1}^2 + \sum_{j=1}^{p} \varphi j \Delta v_{t-j} + \varepsilon_t$$

3-) Temel ve alternatif hipotez;

$H_0 = \alpha_1 = \alpha_2 = 0$

$H_1 = \alpha_1 = \alpha_2 \neq 0$ olmak üzere,

H_o temel hipotezi reddedilirse değişkenin durağan olduğu sonucuna varılacaktır.Hipotez sınaması için ise Becker Enders Lee 2006 tablo değeri kullanılmaktadır.

3. UYGULAMA

3.1. Amaç, Veri Seti ve Yöntem

Tipik olarak bir serideki yapısal kırılma veya kırılmalar anlık olarak meydana gelilmektedir. Meydana gelen söz konusu bu kırılmalar değişkenin dağılımında, özellikle de ortalamasında anlamlı farklılıklar yaratabilir, bu kırılmalar aşamalı olarak da gerçekleşebilmektedir.

Bu çalışmada bağımlı değişken Bist100 endeksi, bağımsız değişken olarak altın fiyatları alınarak 2008 finansal krizinin de etkisini içermesi adına 2005-2017 arası geçmiş değerler kullanılmış, seride meydana gelen yapısal değişimin öncelikle kukla değişken kullanımı sonucu gösterdiği davranışın değerlendirilmesi, sonrasında ise trigonometrik terimlerin sağladığı salınımlar ve test prosedüründe yer alan k frekans değerinin dalga boyunda yol açtığı değişimler sayesinde kademeli geçiş sağladığı durumda fourier yaklaşımı ile verdiği sonucun değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

3.2. Değişken Tanımı

Yukarıda bahsedilen amaç doğrultusunda bağımlı değişken olarak BİST100 bağımsız değişken olarak ise, önemli yatırım araçlarından biri olan altın ele alınmıştır. Altın uzun vadeli ve aslında dünyada yaşanan gelişmelere bağlı olarak talebi etkilenen bir yatırım aracıdır. BİST100 endeksi ise Borsa İstanbul Pay Piyasası için temel endeks olarak kullanılmaktadır. Borsa İstanbul pazarında işlem gören, piyasa değeri ve işlem hacmi en yüksek 100 payın ortak performansının ölçülmesi amacıyla oluşturulmaktadır. Bu doğrultuda öncelikle BİST100 endeksi ile Altın değişkeni arasındaki regresyon modeli tahmin edilip yapısal kırılma durumunda kukla değişkenler modele eklenerek kukla değişkenli modeller tahmin edilmiştir.

3.3. Yapısal Değişiklik ve Kukla Değişken Yaklaşımı

BİST100-Altın regresyon modeli sonuçları

Öncelikle Bist100 ve altın arasında kurulan regresyon modeli sonuçları elde edilmiştir.

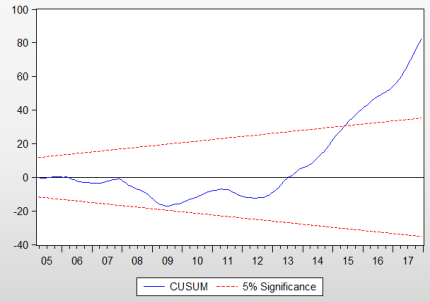
Değişkenler	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob.
Altın	37.79005	3.614312	10.45567	0.0000
Sabit(c)	18887.80	4220.297	4.475466	0.0000

*F-prob:0.0000 , R-squared: 0.415163, Sum squared resid:4.10E+10

** Değişkenler % 5 anlamlılık düzeyine göre istatistiksel açıdan anlamlıdır.

Elde edilen sonuçlara göre değişkenlerin istatistiksel anlamlılığı belirlenmiştir.

Yapısal Kırılmaın Testi: CUSUM TESTİ
BİST100-Altın Regresyon Sonuçları İçin Cusum Testi Sonucu



Elde edilen Cusum Testi sonuçlarına göre 2015 yılının 5.ayında kırılma olduğu tespit edilmiştir. Bu kırılma öncelikle kukla değişken kullanımı ile yok edilecek ve elde edilen çıktıdaki sonuçlar ile daha sonraki aşamada regresyona trigonometrik terimlerin eklenmesi ile uygulanacak olan Fourier yaklaşımından elde edilen çıktıdaki sonuçlar karşılaştırılıp regresyonda trigonometrik terim kullanımını gerektiren Fourier yaklaşımının avantajları belirlenecektir.

Kukla Değişkenin Sabiti Etkilediği Durum İçin Regresyon Sonuçları

Değişkenler	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob.
Altın	32.89233	2.741763	11.99678	0.0000
DUMMY1	27096.80	2455.090	11.03699	0.0000
Sabit(c)	18767.27	3159.263	5.940396	0.0000

*Prob (F-statistic):0.000000, R-squared:0.674399 Sum squared resid:2.28E+10
** Değişkenler %5 anlamlılık düzeyine göre istatistiksel açıdan anlamlıdır.

Elde edilen çıktıda değişkenler istatistiksel açıdan anlamlıdır.

Kukla Değişkenin Eğimi Etkilediği Durum İçin Regresyon Sonuçları

Değişkenler	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob.
Altın	32.62576	2.722625	11.98320	0.0000
DUMMY2	22301.86	1984.083	11.24039	0.0000
Sabit(c)	19015.36	3133.537	6.068337	0.0000

*Prob (F-statistic):0.000000, R-squared:0.679680, Sum squared resid:2.25E+10
** Değişkenler %5 anlamlılık düzeyine göre istatistiksel açıdan anlamlıdır.

Elde edilen çıktıda bütün değişkenler istatistiksel açıdan anlamlıdır. Hata kare toplamı değeri ise 2.25E +10 olarak bulunmuştur. Bu değer yukarıdaki çıktıdaki değerden daha küçük olduğundan daha uygun model olarak düşünülebilir

Kukla Değişkenin Hem Sabiti Hem Eğimi Etkilediği Durum İçin Regresyon Sonuçları

Değişkenler	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob.
Altın	32.35336	2.731435	11.84482	0.0000
DUMMY1	-36752.88	32980.54	-1.114381	0.2669
DUMMY2	52165.98	26872.09	1.941270	0.0541
Sabit(c)	19349.65	3145.401	6.151729	0.0000

*Prob (F-statistic):0.000000, R-squared:0.682276, Sum squared resid:2.23E+10
** DUMMY1 değişkeni %1,%5 ve %10 anlamlılık düzeylerinin hiçbirini sağlamadığından istatistiksel açıdan anlamsızdır.

Burada kukla değişkenlerden DUMMY1 istatistiksel olarak anlamsızdır.

Elde edilen iki anlamlı modelden hangisinin daha iyi olduğu, hata kareler toplamı daha küçük olması dolayısıyla kukla değişkenin eğimi etkilediği modele yapısal kırılma testi uygulanmıştır.

Kukla Değişkenin Eğimi Etkilediği Durum İçin Regresyon Modeli Sonuçları

Kukla değişkenin eğimi etkilediği model,

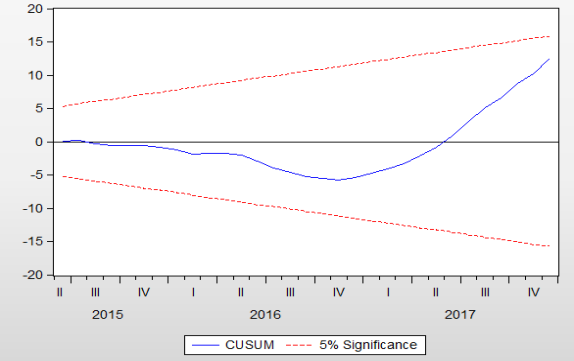
Değişkenler	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob.
Altın	32.62576	2.722625	11.98320	0.0000
DUMMY2	22301.86	1984.083	11.24039	0.0000
Sabit(c)	19015.36	3133.537	6.068337	0.0000

*Prob (F-statistic):0.000000, R-squared:0.679680, Sum squared resid:2.25E+10
** Değişkenler %5 anlamlılık düzeyine göre istatistiksel açıdan anlamlıdır.

olarak tahmin edilmiştir.

Yapısal Kırılma Testi : CUSUM TESTİ

BİST100- Altın Serisine Kukla Değişken Yaklaşımından Elde Edilen Regresyon İçin Cusum Sonucu,



dir. Elde edilen çıktıya göre yapısal kırılma ortadan kalkmıştır. Sonraki aşamada ise yapısal kırılma durumunda trigonometrik terim kullanımı gerektiren Fourier Yaklaşımından elde edilen sonuçlar elde edilip hangisinin kullanılması gerektiği ve söz konusu avantajlar değerlendirilecektir.

3.4. Trigonometrik Terimlerle Fourier Yaklaşımı

Fourier yaklaşımında yer alan $sin(\frac{2\pi k*t}{T})$ ve $cos(\frac{2\pi k*t}{T})$ fonksiyonları oluşumunda $\frac{2\pi k*t}{T}$ olarak fonksiyon içerisinde yer alan bu ifadenin değeri yeterince küçükse, cos ve sin'e karşılık gelen parametrelerin tahmini en uygun şekilde gerçekleştirilir. Bu nedenle k frekans değeri küçük seçilerek ilk 5 terim incelemeye alınıp uygun model belirlenmiştir. Test prosedürü için kullanılan test denklemi ise aşağıdaki gibidir.

$$y_t = \alpha_0 + \alpha_1 sin(\frac{2\pi k*t}{T}) + \alpha_2 cos(\frac{2\pi k*t}{T}) + vt$$

Burada dalga boyunun değişiminde etkili olan k frekansı için uygun seçim, modeldeki trend ve sabit katsayının birlikte incelenerek anlamlılık göz önüne alınmış ve k=2 olarak bulunmuştur. Söz konusu k değerinin büyümesi veya küçülmesi dalga boyundaki değişimi ifade ettiğinden bu değer veriye uyumun göstergesi olarak test denkleminde yer almaktadır.

Tüm bu bilgilerden yola çıkılarak regresyon modeli tahmin edilmiştir.

Fourier Yaklaşımından Elde Edilen Regresyon Sonuçları

Fourier Yaklaşımı için tahmin edilen modelin sonuçları,

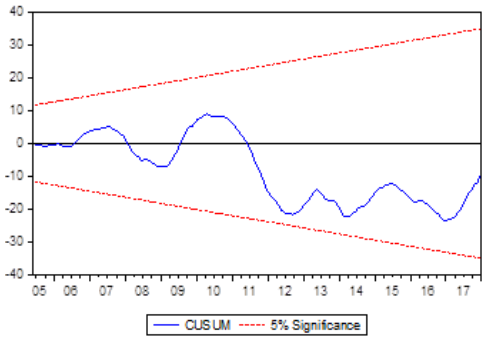
Değişkenler	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob.
Altın	-5.082389	2.607231	-1.949344	0.0531
$sin(\frac{2\pi k*t}{T})$	6316.353	987.0317	6.399342	0.0000
$cos(\frac{2\pi k*t}{T})$	2963.425	928.8824	3.190312	0.0017
Trend	496.3059	22.07281	22.48494	0.0000
Sabit(c)	28024.07	2108.278	13.29240	0.0000

*Prob (F-statistic):0.000000, R-squared:0.869439, Sum squared resid: 9.16E+09
**Altın değişkeni %10 anlamlılık düzeyine göre istatistiksel açıdan anlamlı,diğer değişkenler ile %5 anlamlılık düzeyine göre istatistiksel açıdan anlamlıdır.

olarak elde edilmiştir. Tahmin edilen sonuçlara göre değişkenlerim tümü istatistiksel olarak anlamlıdır ve kırılma olup olmadığı incelenmiştir.

Yapısal Kırılma Testi: CUSUM TESTİ

BİST100- Altın Serisine Fourier Yaklaşımında Elde Edilen Regresyon İçin Cusum Sonucu



Elde edilen test sonuçlarına göre yapısal kırılma bulunmamaktadır.Seride trigonometrik terim kullanımı sağladığı salınım özelliklerinden ötürü kırılmaları yumuşattığı için kademeli geçişler sağlayarak kırılmayı ortadan kaldırmıştır.

Sonraki aşama için Fourier terimlerinin birlikte anlamlılığını sınayan Wald testi yapılmıştır.

Fourier Terimlerin Anlamlılığın Testi: WALD TESTİ

Wald testi sonuçları aşağıdaki gibidir.

Wald Test:
Equation: EQ2

Test Statistic	Value	df	Probability
F-statistic	24.04909	(2, 151)	0.0000
Chi-square	48.09819	2	0.0000

Null Hypothesis: C(3)=C(4)=0
Null Hypothesis Summary:

Normalized Restriction (= 0)	Value	Std. Err.
C(3)	6316.353	987.0317
C(4)	2963.425	928.8824

Restrictions are linear in coefficients.

Becker Enders Lee 2006 tablo değeri 4.972

$24.04909 > 4.972$

Trigonometrik terimler anlamlıdır.

4. SONUÇ

İktisadi değişkenler, ekonomi politikasında meydana gelen değişimler, ekonomik krizler, teknolojik yenilikler, politik değişimler veya savaş sonrası yeniden yapılanma gibi çeşitli faktörler tarafından etkilenerek zaman içinde bir eğilim gösterirler. İktisadi değişkenleri etkileyen bu faktörler değişkenlerin trendinde kalıcı değişiklikler oluşturduğunda yapısal değişiklik kavramı karşımıza çıkar. Bu durum değişkenin dağılımında anlamlı farklılıklar oluşturabilir.

Yapısal kırılma ve doğrusal olmama durumlarında, Fourier yaklaşımı, kademeli geçişler sağlaması nedeniyle söz konusu yapısal kırılmanın yapısını ve sayısını belirleme ihtiyacını ortadan kaldırdığından önemli bir avantaja sahiptir. Bu nedenle bu çalışmada da fourier yaklaşımı ele alınarak uygulama yapılmıştır. Öncelikle kukla değişken kullanımı ile yapısal kırılma ortadan kaldırılmış, daha sonra yapısal kırılma durumunda fourier yaklaşımının sergilediği kademeli geçiş yapısı gösterilmiştir.

Kukla değişken kullanırken kırılma tarihi tek ve spesifik olarak belirlenirken, fourier yaklaşımda k parametresi aracılığı ile dalga boyutu belirlenip, belirli bir tarih üzerinde durulmamakta sistem bu süreci kendisi gerçekleştirip kırılmayı ortadan kaldırmıştır. Böylece Fourier yaklaşımının üstünlük gösterdiği belirtilmiştir.

KAYNAKÇA

Güriş, B. (2017), A New Nonliear Unit Root Test with Fourier Function, MPRA, MPRA Paper No: 82260

Maor, E. (1998), Trigonometric Delights, Princeton:Princeton University

Dette, H.,Melas, V. (2003), Optimal Designs for Estimating Individual Coefficients in Fourier Regression Models, The Annals of Statistics , Vol.31, no.5

Cox, N. (2006), Speaking Stata: In praise of Trigonometric Predictors, The Stata Journal, no: 4, 561-579

Bloomfield, P. (2000), Fourier Analysis of Time Series, USA: North Carolina State University

Hall, P. (1981), On Trigonometric Series Estimates of Densities, The Annals of Statistics, no:3, sy.683-685

Enders, W., Lee, J. (1981), A Unit Root Test Using a Fourier Series to Approximate Smooth Breaks, USA: Tuscaloosa

Geleneksel Yönetimden Yeni Kamu Yönetimine

Ayça Beyoğlu Güçkan[1] **Öğr.Gör.Senem Demirkıran[2]**

[1]Trakya Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Doktora Öğrencisi, ayca.beyoglu@hotmail.com

[2]Trakya Üniversitesi / İpsala MYO, Hukuk Bölümü, Adalet Programı,senemdemirkiran@trakya.edu.tr

Özet: Kamu yönetiminin ayrı bir disiplin olarak incelenmeye başlanması 18. yüzyılda Prusya'da ortaya çıkan "Kameral Bilimler" kürsüleri ile başlamış ve yaşanan tarihsel süreç kamu yönetimi düşüncesinin de gelişmesine neden olmuştur.

Tarih boyunca insanoğlunun daha iyiye ulaşma amacı çerçevesindeki arayışı devam etmiş ve kamu yönetimleri; sanayi toplumundan bilgi toplumuna, fordist üretimden esnek üretime, ulus devletten küresel devlete geçiş süreçleri ve küreselleşme dalgası ile birlikte geleneksel yapısının dışına çıkarak yeni arayış ve tartışmaların içine girmiştir.

Geleneksel yönetim anlayışı çerçevesinde Taylor'un 1911 yılında yazdığı ve birçoğu bugün halen kabul görerek uygulanan "Bilimsel Yönetim İlkeleri", Henri Fayol'un 1916 yılında yazdığı "Genel ve Endüstriyel Yönetim adlı kitabında yönetsel faaliyetleri gruplandırması, 1930'da Elton Mayo ve arkadaşlarının "Hawthorne Araştırmaları" adıyla da bilinen deneyler sonucunda yönetimin beşeri yönünün de en az örgütsel yönü kadar önemli olduğu ortaya koyarak yönetim alanına davranış bilimlerini de dahil etmesi yönetim biliminin gelişim çizgisinin temelleridir.

Weberyen anlayış kapsamında bürokrasinin katı şekilde kuralcı, şekilci, hiyerarşik ve merkeziyetçiliğe dayanan bir yönetim biçimini ifade eder hale gelmesiyle birlikte Weberyen bürokrasiye dayalı yönetim anlayışının yetersizliklerine bir tepki olarak 1980'ler ile 1990'ların başında "yeni kamu yönetimi" gündeme gelmiştir.

Günümüzde devletlerin fonksiyonları büyük bir değişime uğramış ve artmış, bu değişimin uzantısı olarak kamu hizmetlerinin yapısı ve hacmi de değişmiş ve kamudan beklentiler Weber'i aşan bir anlam ve içerik kazanmıştır.

Bu çalışmada, kamu yönetiminin geleneksel yönetim düşüncesinden yeni kamu yönetimi yaklaşımına kadar izlediği gelişim süreci incelenmiştir. Çalışmamız iki bölümden oluşmaktadır. Geleneksel Yönetim Yaklaşımı isimli İlk bölümde geleneksel yönetim düşüncesi genel hatlarıyla anlatılmıştır. Yeni Kamu yönetimi Yaklaşımı isimli ikinci bölümde yeni kamu yönetimi yaklaşımının doğuşu, temelleri, stratejileri, kamu yönetiminde yarattığı değişim anlatılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel Yönetim, Yeni Kamu Yönetimi, Bürokratik Örgütlenme

1. GİRİŞ

Geleneksel Yönetimden Yeni Kamu Yönetimine geçişte öncelikle "yönetim nedir?" sorusunun cevaplanması gerekmektedir. Yönetim kavramı çok farklı şekillerde tanımlanabilen bir kavramdır. Bu nedenle genel kabul gören tanıma göre yönetim tanımı yapmak daha doğru olacaktır. Genel kabul gören tanıma göre yönetim tanımı yapılacak olursa yönetim; temel olarak iki ya da fazla kişinin belli bir amaç için bir araya gelmesidir. Ancak iki kişinin belli bir amaç için bir araya gelmesi yönetim faaliyetinin gerçekleşmesi için yeterli değildir. Bir araya gelen iki kişiden birinin diğeri üzerinde planlama, örgütleme, yöneltme ve denetim faaliyetlerini gerçekleştirmesi gerekmektedir. Yani iki kişiden biri *yöneten* diğeri ise *yönetilen* olmalıdır.

Genel kabul gören görüşe göre, yönetim Woodrow Wilson'un "İdarenin İncelenmesi" makalesi ile ayrı bir bilim dalı olarak ele alınmaya başlanmıştır. Ardından 1880-1930 yıllarını kapsayan Geleneksel Yönetim Anlayışını oluşturan; Taylor'un Bilimsel Yönetim Teorisi, Fayol'un Yönetim Süreci Teorisi, Weber'in Bürokrasi Kuramı ile 1930-1950 yıllarını kapsayan Neoklasik (Davranışsal-Beşeri İlişkiler Dönemi) Yönetim Kuramı ile gelişme göstermiştir.

1930-1950 yılları arasındaki dönem özelliği itibariyle Klasik Dönemde eksik olan "insan" unsurunu inceleme konusu yapmıştır. İnsanın örgüt içindeki yeri ve önemi anlaşılmaya çalışılmış ve araştırmaların konusu olmuştur. Neoklasik yaklaşımda insan davranışı, insan ilişkileri, grup davranışları, algı ve davranışlar, çalışanların motivasyonu, liderlik ve örgütlerin gelişmesi gibi konular ele alınmış ve çeşitli araştırmalar yapılmıştır (Koçel,2013). Bu dönemdeki en önemli araştırmaların başında Hawthorne Araştırmaları, X ve Y Teorileri, C.Argyrs Modeli gelmiştir.

Yıllar içinde ekonomik, sosyal, siyasal, teknolojik ve toplumsal değişikliklerin yaşanması yönetim anlayışını da etkilemiş ve değiştirmiştir. Ancak yönetim bilimi ile ilgili değişmeyen tek şey yönetim biliminin *sanat* olmasıdır. Yönetim bilimi sanat olarak kabul edilmektedir ve yönetim bilimcilere göre sonradan yönetim bilimi ile ilgili

temel kavramları öğrenebiliriz ancak iyi bir yönetici olmak için bundan çok daha fazlasına yani doğuştan gelen bir yeteneğe ihtiyacımız vardır. Bu nedenle yönetim yeteneğe dayanan bir sanattır.

Yönetim, işbirliğine dayanan davranışlarla ilgilidir. Yönetim, bilinçli veya bilinçsiz olsun yine de yönetim niteliği taşımaktadır. Toplumun en küçük yapı taşı olan aile ve en büyüğü olan devlet dahil her yerde ve her örgütlenmede vardır.

Devlet açısından incelendiğinde, devletin amaçları ve vatandaşların çıkarları doğrultusunda araç gereçlerin örgütlenmesi ve yönetimi olan Kamu Yönetimi kavramı ortaya çıkmaktadır. Kamu yönetimi kavramı, tarihsel açıdan incelendiğinde insanların bir araya gelip kendilerini yönetecek birimler kurmalarına kadar uzanmaktadır. Örgütsel bir sistem içinde oluşan yönetim büyük bir sosyo-ekonomik sistemin parçası ve vazgeçilemez unsurudur. Bu nedenle geleneksel yönetim anlayışının yıllar içinde geçirdiği değişim yeni bir dünya düzeni oluşturmuştur.

Bu yeni dünya düzeni içinde Kamu Yönetimi, özellikle 1970'lerde yaşanan değişimlere duyarlı olmak zorunda kalmıştır. Kamu sektöründe ve özel sektörde hizmet ve insan kaynakları anlayışları sorgulanmıştır. Esnek üretime geçiş, küreselleşme gibi faktörlerin güç kazanması devletin küçülmesi ve etkinleştirilmesi, kamu örgütlerinde kamu işletmeciliği anlayışının benimsenmesi, serbest ekonomi sağlanması ve vatandaşın müşteri olarak görülerek müşteri odaklı anlayışın benimsenmesi yaklaşımları ortaya çıkmıştır.

1980'li yıllarda ise kamu yönetimi disiplininin nesnesi tartışılmıştır. Devlet müdahalesi yerine piyasa mekanizmasının gerekliliği üzerinde durulmuştur. Küreselleşme ve özelleştirme süreçleriyle devletin işlevleri yeniden tanımlanmıştır (Güler, 2003:527). Kamu yönetimi reformlarıyla birlikte kamu yönetiminde dönüşüm süreci yaşanmıştır. Örgüt kültürü bürokratik yapılanmadan vatandaşa daha kaliteli hizmet sunmayı hedefleyen özel işletme uygulamalarına dönüşmeye başlamıştır. Bu dönüşüm, "Kamu işletmeciliği", "yeni kamu işletmeciliği", "piyasa odaklı kamu yönetimi", "girişimci hükümet" olarak adlandırılan ve yeni kamu yönetimi anlayışını ifade eden kavramları ortaya çıkarmıştır.

Yaşanan değişimler, 20.yy'ın sonlarına doğru kamu yönetimi alanında, klasik bürokratik örgütlenme anlayışı yerine esnek, katılımcı, kalite odaklı, yüksek performans hedefleri olan ve vatandaşı müşteri olarak gören yeni kamu yönetimi anlayışına bırakmaya başlamıştır. Bu değişiklikler devlet anlayışı, devlet-vatandaş ilişkileri, kamu hizmeti sunumu, örgüt yapısı, kamu personelinin performansı ve beklentileri ile hukuksal düzende belirgin şekilde ortaya çıkmıştır. Birçok ülkede, kamu yönetiminin katı hiyerarşik ve bürokratik yapısı yerini esnek kamu yönetimine bırakmaya başlamış, işletme kurallarını içeren "Yeni Kamu Yönetimi Yaklaşımı (YKY)" ön plana çıkmıştır.

Devlet bu değişimlerle birlikte kaliteli hizmet isteyen vatandaşlarını memnun etme yollarını tercih etmeye başlamıştır. Vatandaşların memnuniyeti için kamu hizmetleri, devletin direkt gerçekleştirmediği ancak gözetimi altında olan, özel sektör tarafından sunulan hizmetler haline gelmiştir. Bu değişim sürecinde; Devlet, yönetimin yerelleşmesi ile birlikte merkezi yönetim ilkesinden ademi merkeziyet ilkesine geçiş yapmıştır. Kamu personel rejimi değişmiştir.

Bu çalışmada, kamu yönetiminin geleneksel yönetim düşüncesinden yeni kamu yönetimi yaklaşımına kadar izlediği gelişim süreci anlatılmıştır. Çalışmamız iki bölümden oluşmaktadır. *Geleneksel Yönetim Yaklaşımı* isimli ilk bölümümüzde geleneksel yönetim yaklaşımı ile ilgili genel bilgi verilmiştir. *Yeni Kamu Yönetimi Düşüncesinin Ortaya Çıkışı* isimli İkinci bölümümüzde yeni kamu yönetimi düşüncesinin ortaya çıkışı, YKY'nin ilkeleri ve stratejileri, YKY'nin yarattığı değişim anlatılmıştır.

2.GELENEKSEL YÖNETİM YAKLAŞIMI

1880-1930 arasındaki dönemi kapsayan Klasik (Geleneksel) Yönetim Yaklaşımı, *Bilimsel Yönetim Yaklaşımı*, *Yönetim Süreci Yaklaşımı* ve *Bürokrasi Yaklaşımı* olmak üzere üçe ayrılmaktadır.

Bilimsel Yönetim Yaklaşımı olarak adlandırılan ilk geleneksel yaklaşım Taylorizm olarak da bilinen yaklaşımdır. Kurucusu yaklaşıma adını veren Frederick Winslow Taylor'dur. Bilimsel Yönetim Yaklaşımının temel amaçları; verimsiz çalışmayı ortadan kaldırarak israfı önlemek ve işçi ile yönetim arasında işbirliği sağlamaktır. Taylor bu amaçları gerçekleştirebilmek için; standartlaşma, zaman-hareket etütleri, parça başı sistemi, görev yönetimi ve uzmanlaşma teknikleri geliştirmiş ve bilimsel yönetim ilkeleri ile birlikte kullanarak amaçların gerçekleştirilebileceğini vurgulamıştır.

Yönetim Süreci Yaklaşımı olarak adlandırılan ikinci geleneksel yaklaşımın kurucusu Henry Fayol'dur. Fayol, Örgütün tümünü ele alarak iyi bir örgüt yapısı ve yönetim ilkelerini araştırmıştır. Yönetimin evrensel olduğunu vurgulayan Fayol "Yönetim nedir?" sorusunu cevaplamıştır. Fayol'a göre yönetim; planlama, organizasyon, emir verme, koordinasyon ve denetimdir. Fayol'un yaptığı bu beşli sınıflandırma "yönetim süreci" olarak adlandırılmıştır.

Bürokrasi Yaklaşımı, Max Weber'in öncülüğünü yaptığı üçüncü geleneksel yaklaşımdır. Bürokrasi yaklaşımı 1900'lerin başlarında Alman Sosyolog Weber tarafından geliştirilmiştir. Bürokrasi, Weber tarafından rasyonel, öngörülebilir, kişisel olmayan ve otoriter olan olarak tanımlanmıştır (Robbins ve Coulter, 2012:31). Weber otorite için yetkiyi üçe ayırmıştır: Geleneksel Yetki, karizmatik yetki ve ussal yetki. Weber'e göre Bürokratik Örgüt Yapısı ideal örgüt yapısıdır ve özellikleri şunlardır (Tokat ve Şerbetçi, 2001):

1.Amaçları gerçekleştirmek için gerekli işleri yapanlar bu işlerde ileri derece uzmanlaşmış kişilerdir.

2.Her basamağın bir üst basamak tarafından denetlendiği hiyerarşik yapı içinde yetkiler açıkça belirlenmiştir.

3.Kararlar ve faaliyetler belirlenmiş ilke ve yöntemlerle yürütülür

4.İşgören görevini biçimsel ve gayri şahsi olarak yerine getirmektedir.

5.İşgörenler sahip oldukları teknik yeteneklere göre çalıştırılır ve işte gösterdikleri performansa göre terfi alırlar.

3.YENİ KAMU YÖNETİMİ DÜŞÜNCESİNİN ORTAYA ÇIKIŞI

20. yüzyıl öncesine kadar siyasal iktidarın, sorunların çözüm yeri olarak düşünüldüğü geleneksel kamu yönetimi yaklaşımları, 1980'li ve 1990'lı yıllar ile önemli bir dönüşüme girmiş ve kamu yönetiminde geleneksel yaklaşım prestij kaybına uğramıştır (Ömürgönülşen, 1997:517).

1970'lerin ortasından itibaren hükümetler ciddi mali krizlerle karşı karşıya kalmaya başlayınca, tüm dünyada devletin klasik sınırlarına dönmesi, verimlilik esasına göre örgütlenmesi ve özel sektör değerlerinin, tekniklerinin ve pratiklerinin kullanılması gibi yeni düşünceler gündeme gelmiştir. Bu şekilde özel sektör kökenli yönetim fonksiyonunun, klasik kamu yönetiminden ve politika yapımından daha önemli olduğu görülmüştür (Özer, 2005:4).

Liberal iktisatçıların "daha az devlet daha çok piyasa" anlayışının toplam refaha daha çok katkı sağlayacağı iddiası, vatandaşlarda daha kaliteli hizmet yönünde artan talepler ve küreselleşme dalgası ile birlikte büyük şirketlerin yönetim yapılarını esnetmeleri, müşteriye, yeniliğe ve kaliteye odaklanmaları gibi gelişmelerle YKY, ilk defa İngiltere'de Thatcher ve ABD'de Reagan tarafından benimsenen uygulamalarla başlamıştır (Bilgiç, 2003:29).

YKY, temel olarak bürokrasi modeline göre biçimleniş kamu yönetiminin eleştirisi üzerine kurulmuştur. Bürokrasinin, karmaşık hiyerarşik kurallar sistemi üzerine kurulu esnek olmayan yapısı ve yukarıdan aşağı karar yapma süreci ile giderek artan bir şekilde halkın beklentilerinden uzaklaşmakta olduğu ifade edilmeye, özel sektörün ve özel sektör yönetim tekniklerinin kamu sektörüne ve kamudaki yönetim tekniklerine üstün olduğu çünkü kamunun katı, bürokratik, pahalı ve etkinlikten uzak iken özel sektörde, çetin uluslar arası rekabet ortamı nedeniyle radikal değişiklikler yaşandığı dile getirilmeye başlanmıştır (Haktankaçmaz, 2009:36).

YKY'nin ortaya çıkışında etkili olan nedenlerden bir bölümü de ekonomik nedenler başlığı altında toplanmaktadır. Bu ekonomik nedenler; küreselleşme, ekonomik krizler, ekonomi teorisyenlerinin görüşleri, özel sektörde meydana gelen gelişmeler, bütçe açıkları ve uluslar arası etki biçiminde sıralanmaktadır (Haktankaçmaz, 2009:38).

Toplumları oluşturan bireylerin beklentilerinde meydana gelen değişim yani sosyal etki de YKY'nin ortaya çıkışında etkili olmuştur. Günümüz insanının eskiye kıyasla daha eğitimli, hakkını arayan, daha az itaatkar, sadece daha çok değil aynı zamanda daha kaliteli hizmet bekleyen bireyler hale gelmesi kamudan beklentilerin artmasında ve özel sektördeki mal ve hizmet sunumunda müşteri tatminini merkeze alan uygulamaların, vatandaşların diğer ülkelerdeki uygulamalardan haberdar olması ile birleşerek, sorgulayan bireylerin kamu yönetiminden beklentilerinin artmasında etkili olmuştur (Bilgiç, 2003:31).

4.YKY DÜŞÜNCESİNİN İLKE VE STRATEJİLERİ

YKY düşüncesinin ardındaki anlayış aslında yeni olmamakta ve uzun dönemli özel sektör uygulamalarını yönetime yansıtma amacı taşımaktadır. Bu kapsamda kamu yönetimini girdilerden çok sonuçlar üzerinde yoğunlaştırarak bütçe, personel ve prosedürler üzerinde durarak etkinliğe ulaştırmak için çabalamaktadır (Özer, 2005:21).

Nasıl ki geleneksel kamu yönetimi yaklaşımı Wilson'un "idarenin ve siyasetin ayrılması" Taylor'un "bilimsel yönetimi" ve Weber'in "hiyerarşik kontrolü" üçgeninde kendisini kabul ettiren ve siyaset ile yönetimin birbirinden farklılığını, siyasetin fonksiyonunun politika üretmek, yönetimin fonksiyonunun ise bu politikaları uygulamak olduğunu vurgulayan (Leblebici, 2001:15) bir yaklaşım idiyse YKY de özel sektör yönetim teorilerinden etkilenmiş olan bir yaklaşımdır.

Bu süreçte ise aşağıdaki ilkelerden yararlanmaktadır;

•Küçülmek: Hantal yapılı bürokratik örgütlerin yerine daha verimli, h ı zlı kararlar alınabilen, koordinasyonun daha kolay sağlanabildiği örgütlerin geçirilmesini amaçlanır (Kutlu, 2003a:107).

•Çıktılara daha fazla önem verilmesi: Yönetimde süreçlerden çok sonuca önem verilmesi, performansla bağlantılı ödüllendirme sisteminin kurulması, merkezileştirilmiş bürokrasiden uzaklaşması, katılımcı bir personel yönetiminin yerleştirilmesi hedeflenir (Hood, 1991:4).

•Özel sektör yönetim tekniklerinin kullanımı: Kamuda, tek tip hizmet etiği anlayışının terk edilmesi, eleman istihdamında ve ödüllendirmede esnekliğin sağlanması, özel sektörde geçerliği kanıtlanmış yönetim araçlarının (Hood, 1991:5) ve hızlı karar alma tekniklerinin kullanılması gerektiği ifade edilir (Kutlu, 2003a:106).

•Yerelleşmek: Bu şekilde karar alma süreçleri hizmeti kullananlara yakınlaştırılmakta, rekabet artırılmakta ve yenileştirme gündeme gelmektedir. Ancak bunun için yöneticilere mümkün olduğunca esnek hareket etmelerine yönelik yetki verilmesi gerektiği belirtilmektedir (Özer, 2005:20).

•Bürokrasiyi azaltmak: Bu amaçla hiyerarşi ve katılma süreçlerinden çok sonuçlara vurgu yapılmaktadır. Buna göre yönetimin yapısı "kürek çekme, dümen tut" ilkesinden hareketle değiştirilmekte, kamu kuruluşlarına esneklik ve takdir hakkı verilmektedir (Özer, 2005:21).

"Devletin küçültülmesi" veya "kürek çeken değil dümen tutan devlet" sloganı kapsamındaki kamunun büyüklüğünün, kapsamının ve kullandığı kaynakların daraltılması çalışmalarında; memur sayısını azaltma, özelleştirme, kamusal monopolleri kaldırma, kamu hizmetlerinin yürütümünün yönetsel özerkliği olan düzenleyici kuruluşlara veya üçüncü sektör kuruluşlarına devri ya da sorumluluk kamuda kalmakla birlikte özel sektöre sözleşmeyle ürettirilmesi, mevzuatın ayıklanması gibi uygulamalar gerçekleştirilerek kamu yönetiminin daha rekabetçi kılınması hedeflenmiştir (Tutum, 1995:137).

Yeni Yaklaşım doğrultusunda 1980'lerde etkinlik arayışı ön planda iken 1990'larda buna kalite arayışı da eklenmiş, pek çok gelişmiş ülkede kamu hizmetlerinde kalitenin arttırılmasına yönelik taahhütler resmi politikalar haline gelmiştir (Leblebici ve Ömürgönülşen, 1999:64,67). Amerika'da Osborne ve Geabler'in ortaya koyduğu ilkeler esas alınarak Başkan Yardımcısı Al Gore tarafından "Devletin Yeniden Keşfi" adı altında çalışmalar yürütülmüş, gerek federal ve gerekse yerel yönetimlerde israfın önlenmesi ve kıt kaynakların daha etkin kullanılması amaçlarıyla kamu yönetiminde önemli değişimler sağlanmıştır (Yaşamış, 1997:9).

Osborne ve Geabler "kürek çeken devletten dümen tutan devlet"e geçişi amaçlayan YKY ile kamunun yüklenmesi gereken yeni rolleri şu şekilde özetlemişlerdir:

•Devlet, bizzat mal ve hizmet üretmek yerine bunları üretenlere altyapı hazırlamalı ve onlar arasında rekabetin geliştirilmesi için gerekli tedbirleri almalıdır.

•Vatandaşların yönetime ve karar alma süreçlerine katılımı sağlanmalı, bürokrasi vatandaş denetimine açılmalıdır.

•Kamusal faaliyetlerde girdilerden çok çıktılara önem verilmeli, performans göz önünde bulundurulmalıdır.

•Kamunun işleyişinde, kurallara uymaktan çok hedeflerin ve misyonun gerçekleştirilmesi esas kılınmalı, kamu yöneticileri kaynak tüketen değil üreten ve girişimci ruhlu kişiler haline getirilmelidir.

•Kurumların vatandaşı müşteri olarak görmesi sağlanmalı, onlara farklı seçenekler sunulmalı, sadece para harcamaya değil para kazanmaya da yönelmeleri temin edilmelidir.

•Bürokratik mekanizmalar yerine piyasa mekanizması benimsenmelidir.

•Kamu, hizmet sunumunda tekel değil özel ve gönüllü kuruluşların da bu hizmetlerin sunumuna katılmalarını sağlamak için katalizör görevi yapmalıdır.

5.YKY'NİN YARATTIĞI DEĞİŞİM

YKY kamuya yüklenen görevlerde önemli bir dizi değişime neden olmuştur. Sıkı para limitleri ve planlaması, ekonomikliği ve etkinliği öne çıkaran performans sisteminin uygulamaya konulması, personel istihdamında esneklik ve indirim, yöneticilere bütçe ile ilgili daha fazla sorumluluk verilmesi, planlama sisteminin somut ve kısa vadeli hedeflerin başarılmasına yönelik olarak değiştirilmesi, vatandaş taleplerinin daha fazla dikkate alınması gibi gelişmeler kamu sektöründe meydana gelen değişmelerin başlıcalarıdır ve bu süreçte devletin kamusal mal ve hizmetlerin doğrudan üreticisi olma rolünden sıyrılıp, gerektiğinde piyasayı düzenleyici ve denetleyici bir rol üstlenmesi düşüncesi yaygınlaşmıştır (Haktankaçmaz, 2009:59).

Bu kapsamda YKY, kamu yönetiminde önemli değişimler meydana getirmiştir. Bu değişiklikleri şu şekilde özetlemek mümkündür:

•Harcamaların azaltılması, özelleştirme, düzenleyicilik gibi uygulamalarla kamu sektörünün küçültülmesi,

•Kamudaki büyük birimlerin küçük birimlere ayrılarak daha yönetilebilir ve etkin kılınması ,

•Özel sektördeki ilke ve kuralların kamuda da uygulanabilmesi,

•Kamu hizmetlerinin sözleşme esasıyla gördürülmesi,

•Kamu sektörünün, kendisiyle ve özel sektörle rekabet etmesi,

•Merkeziyetçiliğin azaltılarak yerinden yönetimin arttırılması,

•Hiyerarşik örgütlenme yerine yatay örgütlenme modeline geçilmesi,

•Performansa dayalı bir yönetimin kurulması,

•Girdilerden ve kurallara uymaktan çok çıktıya önem verilmesi,

•Denetimi gevşetirken çıktılara odaklanılması,

•Yöneticilere daha fazla yetki verirken onların aynı zamanda inisiyatif almaları, katılımı benimsemeleri ve sonuçlardan kişisel olarak sorumlu olmaları,

•Personel yönetiminde ömür boyu iş güvencesi, kıdeme dayalı terfi, yasal sorumluluk ve hesap verme anlayışı gibi uygulamalar yerine performansa dayalı değerlendirmenin, esnek istihdamın ve katılımın esas olması,

•Yönetim-siyaset arasında daha güçlü bir etkileşim kurulması,

•Hizmetten yararlananların taleplerinin göz önünde bulundurulması,

•Yönetimde bilgi teknolojilerinden yararlanılması

6.SONUÇ

Kamu yönetimi örgütlenmesi, yapısı ve doğası gereği hep kapalı, bilgi paylaşmayan ve denetimci bir yapı olagelmiştir. İşin yapılma süreçlerinden çok kamu hukukuna sıkı sıkıya bağlı davranan ve kamu-özel sektör ayrımını koruyan bu geleneksel anlayış, zaman içerisinde ekonomik ve toplumsal yapıların çeşitlenerek farklılaşması ile değişime uğramıştır (Şat, 2009:98).

Bürokrasinin kuralcı, şekilci, katı hiyerarşiye ve merkeziyetçiliğe dayanan olumsuz bir yönetim biçimini ifade eder hale gelmiş olması nedeniyle 1980'lerile1990'lar başında kamu sektörünün ölçek ve kapasitesine yoğun eleştiriler başlamıştır. Bu çerçevede YKY, 1980'li yıllarda Weberyen teoriye dayalı yönetim anlayışının yetersizliklerine tepki olarak doğmuştur. YKY temel olarak kamuda özel sektör yönetim teknikleri kullanılarak daha etkin, etkili ve ekonomik bir kamu yönetiminin oluşturulmasını amaçlamaktadır (Haktankaçmaz, 2009:313)

Bu amaç doğrultusunda 1980'li yıllarda devletin daha etkin ve verimli olması için küçülmesi ve yönetim ile yönetilen ilişkilerinin düzenlenmesi ön plana çıkmış ve YKY yaklaşımı doğmuştur. YKY yaklaşımının temel amacı;

kamuda özel sektör yönetim tekniklerinin kullanılarak daha etkin ve verimli bir kamu yönetiminin oluşturulmasıdır. Bu amaç doğrultusunda; kamu harcamalarının azaltılması, kamu iktisadi teşebbüslerinin özelleştirilmesi, kamu bütçeleme sisteminin değiştirilmesi ve bütçenin küçültülmesi, kamuda rekabeti ön plana alarak kamuda işletme anlayışının getirilmesi, personel sisteminin işletme verimliliğinde olduğu gibi düzenlenmesi YKY yaklaşımının çalışma alanlarını oluşturmaktadır.

Bu değişim kamu yönetiminin katı hiyerarşik, bürokratik yapısını esnek, piyasa tabanlı kamu yönetimine dönüştürmeye başlamıştır.

KAYNAKÇA

Cahit TUTUM, Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma, Yeni Türkiye, Sayı 4, 1995, s.133-145.

Christopher HOOD, A Public Management For All Seasons, Public Administration, sayı 69, 1991, s.3-19.

Doğan Nadi Leblebici, Disiplin ve Uygulama Açısından Kamu Yönetiminin "Kimlik Krizine" Yeni Bir Bakış", Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 25, sayı 1, 2001, s.15-24.

Firuz Demir Yaşamış, Kamu Yönetimi Kuramında ve Uygulamasında Yeni Gelişmeler: 'Administration'dan 'Management'a, Türk İdare Dergisi, sayı 417, 1997, s.1-27.

Güler,B.,(2003),"Nesnesini Arayan Disiplin: Kamu Yönetimi", (Der. B. Aykaç vd.), Türkiye'de Kamu Yönetimi, Yargı Yayınları. Ankara,

Leblebici ve Ömürgönülşen, Kamu Kesiminde Toplam Kalite Yönetiminin Uygulanabilirliği, Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt 17, sayı 1, 1999, s.61-74.

Mehmet Akif Özer, Günümüzün Yükselen Değeri: Yeni Kamu Yönetimi, Sayıştay Dergisi S.59, 2005, s.4

Mehmet İlker Haktankaçmaz, Yeni Kamu Yönetim Yaklaşımı ve Türkiye'de Kamu Yönetimi Reformu, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Doktora Tezi, Ankara, 2009

Nur Şat, Yeni Kamu Yönetimi Anlayışı: Weber Bürokrasisinin Sonu mu, Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 2,Sayı 1, Aralık 2009, S.93-108

Önder KUTLU, Administrative Reform In The UK: The Next Steps Agencies Reform and Its Applicability to Turkey, Unpublished PhD Thesis submitted to the University of Exeter, 2001.

Uğur Ömürgönülşen, The New Public Management, AÜSBF Dergisi S.52, 1997, s.517-566.

Veysel Bilgiç, Yeni Kamu Yönetimi Anlayışı içinde Kamu Yönetimde Çağdaş Yaklaşımlar, Ed. Asım Balcı vd., Ankara, Seçkin Yayınevi, 2003

Nev'î- zâde Atâyî'nin Sâkînâme'sinde Tasavvufi Metaforlar

Arş. Gör. Büşra Topuz[1]

[1]Trakya Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, busratopuz@trakya.edu.tr

*Bular **sırr remzidür** deryâya sığmaz*
*Ki her **söz** zâhir ile çün bulunmaz*
Salâhî-i Uşşâkî

Özet: 17. Yüzyılın önemli divan şairlerinden Nev'î-zâde Atâyî, âlim ve şair bir zat olan Nev'î Efendi'nin oğludur. Asıl adı Atâullah olan şair, 1583-1635 yılları arasında yaşamıştır. Küçük yaşta ilim ve edebiyat meclislerinde bulunan şair önce müderrislik, ardından da kadılık görevlerinde yer almıştır. Eserlerinde yer yer Hind üslubu özelliklerini taşıyan muğlak bir ifade yolunu tercih eden Atâyî, eserlerini güçlü bir hayal gücü ve mana zenginliği ile oluşturmuştur. Manzum ve mensur pek çok eseri bulunan Atâyî asıl edebi şöhretini ise hamsesiyle kazanmış bir şairdir. Atâyî'nin hamsesi içerisinde yer alan mesnevilerinden biri de bu çalışmanın konusu olan Sâkînâme'dir. Türk edebiyatında sakiname türünün en güzel ve başarılı örneklerinden biri olan Sâkînâme (Âlemnümâ) mesnevisinde klasik mesnevi bölümlerinden başka işret meclislerinin sâkî, mey (şarap), câm (şarap kadehi), sürâhî, pîr-i mugân ve meyhane vb. gibi pek çok unsurunun özellikleri bölümler halinde, tasavvufi bir hava içerisinde ve metaforik bir üslupla anlatılır. Kelime ve kavramlar arasında gizli bir benzetme ilişkisi kurarak anlamın taşınmasını sağlayan metafor; istiare, teşbih, mecaz ve alegori gibi söz sanatlarıyla yakından ilişkili dilbilimsel bir kavramdır. Bu çalışmada, Atâyî'nin Sâkînâme mesnevisinde dünyanın faniliğine, maddeden arınmaya, ilahi aşka ve ilahi sırların hazinesi hükmünde olan gönle yönelik değerlendirmelerinde kullandığı tasavvufi metaforlar tespit edilerek açıklanmakta ve şairin çok katmanlı anlam yapısıyla oluşturduğu bu eserinin günümüz okurları tarafından daha yakından anlaşılması sağlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Nev'î-zâde Atâyî, Sakiname, Tasavvuf, Metafor

1. GİRİŞ

Divan edebiyatında sembolik ve mecazi ifadelerle örülü zengin bir üst dille karşılanan tasavvufi kavramlar dikkatli bir şekilde incelendiğinde zengin çağrışımlar ortaya koymaktadır. Bu üst dil istiare, teşbih, alegori ve mecazlarla yüklü bir üslubu karşılamakla beraber metaforik üslup kavramıyla da eş değer tutulabilmektedir. "*Metafor sözcüğü Eski Yunanca'daki meta (üzeri-ne) ve phrein (taşımak) sözcüklerinden gelir ve bir 'şey'in bazı yönlerinin bir başka 'şey'e taşındığı ya da transfer edildiği özgül zihinsel/dilbilimsel süreçleri ifade eder*." (Cebeci, 2013: 9-10). "*Metafor, kelime veya kelime grupları arasında 'benzerlik' ilişkisi kurarak anlam aktarımı sağlayan edebi bir araçtır. Metafor, görünüşte ilgisiz nesneler veya olaylar arasında benzerlik kurar.*" (Uçan Eke, 2017: 35). Sufi şairler ya da şiirlerinde tasavvuftan ilham alan divan şairleri tasavvufi kavramları remiz veya metaforlarla ifade etme yoluna gitmişler, böylece tasavvufi şiir sembolizmini meydana getirmişlerdir.

Divan edebiyatında bir tür olarak karşımıza çıkan sakinamelerde Şems-i Tebrizî'nin *"Mecaz, hakikatin köprüsü, hakikat de mecazın köprüsüdür*." (Gençosman, 2006: 322) düsturundan hareketle bazen rindane bir üslupla ve gerçek anlamda işret meclisleri anlatılırken bazen de işret meclislerinin unsurları kullanılarak tasavvufi bir çağrışım sunulmaktadır. Arka planı tasavvuf olan sakinamelerde işret meclisiyle ilgili hemen her kavramın tasavvufi bir terminolojiyi karşıladığı görülmektedir. Genel olarak da "*divan şiirinde geçen birçok kelime tasavvuf terimleri olarak değerlendirildiğinde; şarap, bâde ve meyin, ilâhî aşkı; âb-ı hayâtın ledün ilmini; mugun, derviş veya müridi; pîr-i muganın, mürşit veya şeyhi karşılamak için kullanıldığı görülür. Meyhâneden kasıt tekke veya dergâh; mahbup ve maşuktan kasıt ise Cenâb-ı Hak'tır. Şem', ilâhî nur; sâkî ve sârbân, mürşit; hum, humhâne, kâse, kadeh, cam kelimeleri âşığın kalbi; mutrip de ilâhî hakikati öğreten kişi yani mürşittir. Bunun gibi daha birçok terim farklı anlamlarda karşımıza çıkar.*" (Bilgin, 2014: 5).

Sâkînâme (Âlemnümâ) adlı eserinde Atâyî'nin duygu ve düşünce dünyasını şekillendiren tasavvufi bir hava sezilmektedir. Şairin dünyanın faniliğine, kesret âlemine, nefse, maddeden arınmaya, ilahi aşka ve ilahi sırların hazinesi hükmünde olan gönle yönelik değerlendirmelerinde metaforik bir üslup kullandığını söylemek mümkündür. Atâyî metnin geneline tasavvufi bir çeşni katarken özellikle aşk ve gönül bahislerinde işret meclisi unsurlarından yararlanarak tasavvufi bir altyapı sunmaktadır. Şairin Sâkînâme'sindeki tasavvufi metaforlara geçmeden önce klasik Türk edebiyatında sakiname türüne ve Atâyî'nin edebi kişiliğine kısaca değinmek istiyoruz.

2. KLASİK TÜRK EDEBİYATINDA SAKİNAME TÜRÜNE KISA BİR BAKIŞ

Klasik Türk edebiyatında bir tür olarak karşımıza çıkan sakinameler (işretname) işret meclisi, unsurları ve adabından bahseden ve mesnevi formunda yazılan eserlere denilmektedir. Eski toplum hayatında rezm (savaş)in karşıt formu olan bezm (içkili, eğlenceli meclis) divan edebiyatının da en önemli unsurlarından biridir. "*İşret toplantısı anlamına gelen 'bezm'in, bu edebiyatta çok önemli bir yeri vardır. Bezmin yapılabilmesi için pek çok şey gereklidir. Önce sevgili, sırasıyla saki, mutrib, yârân ve içki bezmin başlıca öğeleridir. Bezm gece yapıldığında mum (şem') da gereklidir. Bunun yanı sıra bezmin tütüncüsü de bulunur. Bezm için en uygun mevsim bahardır. Baharda yapılan bezm, genellikle su kenarında kurulur. Bezmde musiki de vardır. Gece yapılan toplantılar, genellikle sabahlara kadar sürer. Bunlara 'bezm-i şâhî' veya 'bezm-i sultân' adı verilir*." (Canım, 2012: 209).

"*Asırlar boyunca sakinameler, dünyanın varlığı, onun gelip geçiciliği, biz insanoğlunun bu geçici ve yok olucu neşe içerisindeki acılı sonu, bu yalancı varlığın ruhumuzun üzerine koyduğu minnet yükünün dertlerinden ve kederlerinden kurtulmak için sarhoşluk ve idraksizlik âlemine sığınma, dünya harabesinden harâbâtın aydınlık yoluna kaçış, kaybolan arzuları şarapçının mahallesinde yani meyhânede aramak ve bulmak, pir-i mugânın peykesinde yani dergâhında hakkın ve hakikatin cilvesini seyretmek için en elverişli saha idi*." (Canım, 2012: 207).

Türk edebiyatında Alî Şîr Nevâyî'nin Sâkînâme'si, Edirneli Revânî'nin İşretnâme'si, Fuzûlî'nin Heft-Câm'ı, Nev'î-zâde Atâyî'nin Sâkînâme (Âlemnümâ)'si ve Şeyh Gâlîb'in terciibent formundaki Sâkînâme'si türün başarılı örnekleri arasındadır.

3. NEV'İ-ZÂDE ATÂYİ VE SÂKİNÂME'Sİ

17. yüzyılın önemli divan şairlerinden biri olan Atâyî, alim ve şair bir zat olan Nev'î Efendi'nin oğludur. Asıl adı Ataullah olan Nev'îzâde, İstanbul'da doğmuş, babasından ve devrin önemli alimleri olan Kaf-zâde Feyzullah ve Ahî-zâde Abdülhâlim Efendilerden ilim tahsil etmiş, müderrislik ve kadılık görevlerinde bulunmuştur. "*Atâî'nin aynı zamanda bir mutasavvıf olduğu ve asrın büyük sofîsi, Şeyh Aziz Mahmud Hüdâî mensupları arasında bulunduğu bilinmektedir. Mesnevîlerinin umûmiyetle tasavvufî mâhiyette eserler olması da bunun tabîî bir neticesidir*." (Banarlı, 1971: 674). Pek çok mensur eseri ve Taşköprülüzâde Ahmed Efendi'nin eş-Şakâyıku'n-Nu'mâniyye'sine zeyl olarak kaleme aldığı biyografi kitabından başka Türkçe bir divanı bulunan şair, asıl edebi kudretini mesnevi vadisinde göstermiş ve devrinin sayılı hamselerinden birini kaleme almıştır. Eserlerinde yer yer Hind üslubu özelliklerini taşıyan muğlak bir ifade yolunu tercih eden Atâyî'nin hamsesi içerisinde yer alan mesnevileri şunlardır: Âlem-nümâ (Sâkînâme), Nefhatü'l-Ezhâr, Sohbetü'l-Ebkâr, Heft-Hân ve Hilyetü'l-Efkâr. "*Bu mesneviler umumiyetle tasavvufi eserlerdir. Bunlar nefha, destan, hikâyet, menkibe, sohbet gibi küçük parçalar halinde tertiplenmiş birtakım menkıbeler ve hikâyeler mecmuasıdır. Atâî'nin asıl şöhretini temin eden mesnevi, onun Âlemnümâ adlı Sâkinâme'sidir. Sâkinâme, kendi asrında haklı bir alaka ve takdirle karşılanmıştır. Bunun sebebi, müellifin, eserini, orijinal bir mesnevi halinde yazma teşebbüsüdür. Atâî'nin Sâkinâme'sinde şaraba, şarap meclislerine, meyhâne'ye ve diğer içki vâsıta ve âdâbına karşı medhiyeler, tasvîrler ve bu arada İstanbul'un mesire yerlerini tasvîr eden parçalar ve yer yer allegorique bir ifâde vardır*." (Banarlı, 1971: 674-675).

"*Atayi, mesnevilerinde tahkiye ve tasvirde başarılıdır. Sanatçı bazı mesnevilerinde özellikle İstanbul'la ilgili motiflere, yani mahalli renklere yer verir. Bu olumlu niteliklerinin yanı sıra Atayi'nin mesnevi dili, genel olarak mesnevilerin alışılmış dillerine göre daha süslü ve daha ağırdır*." (Mengi, 2011: 222). Şairin yeni bir konu arayışıyla kaleme aldığı Sâkînâme'si, türünün en güzel ve başarılı örnekleri arasındadır. Şair konu ve mekân itibariyle orijinal bir eser meydana getirmiştir denilebilir. Padişahın Balkan Seferi, Boğaz ve Hisar, meyhane ve işret unsurlarının işlendiği eserde yer alan mekanlar da İstanbul ve Balkanlar'dır. Sâkînâme (Âlemnümâ) mesnevisi tevhîd, münâcât, na't ve mi'râc gibi klasik mesnevi bölümleri dışında Padişahın övgüsü ve Lehistan seferi, zamandan şikâyet, Boğaz ve Hisar, sakiye hitap, sıfat-ı mey, sıfat-ı tâk, sıfat-ı hum, sıfat-ı câm, sıfat-ı sürâhî, sıfat-ı pîr-i mugân, sıfat-ı meyhâne, sıfat-ı muganni ve enva-i saz, işret gecesi, sıfat-ı şem', sıfat-ı arak, ayıplanan kişiler, dört mevsim, sıfat-ı dil, sıfat-ı 'ışk, hatime ve övünme, kasemiyyât, sonsöz ve dua bölümlerinden oluşmaktadır. Şair bu bölümlerin arasına on iki adet rubai de serpiştirmiştir. Eser Hind üslubunun etkisiyle Arapça, Farsça ve Türkçe tamlamalarla örülü zengin bir dille yazılmış olmakla beraber, içerisinde atasözü ve deyimlere de rastlanmakta ve bu durum eserde yerlileşme akımının da etkisinin olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda eserde istiare, teşbih, mübalağa, leff ü neşr, telmih, tenasüp, teşhis ve tezat gibi pek çok edebi sanatın örneklerini bulmak mümkündür. Eserin yazıldığı tarih, içerisinde geçen *Tamâmına târîh*

olursa revâ/ Şarâbıla pür-câm-ı 'Âlemnümâ beytindeki ikinci mısrada verilmekte ve bu da 1026/1617 yılını göstermektedir.

4. NEV'İ-ZÂDE ATÂYİ'NİN SÂKİNÂMESİ'NDE TASAVVUFİ METAFORLAR

4.1. Tevhid, Münacat ve Na't Bölümlerindeki Tasavvufi Metaforlar

Şair, eserine klasik mesnevi bölümlerinden tevhid ile başlar, sırasıyla münacat, na't ve mi'rac bölümleriyle devam eder. Bu bölümlerde şairin çeşitli benzetme unsurlarından faydalanarak eserine tasavvufi bir hava verdiği söylenebilir. Her ne kadar bu durum ilgili bölümlerin muhtevasından kaynaklı gibi görünse de şairin işret meclisi unsurlarını benzetme öğesi olarak kullanıp ilahi bir hakikate yer vermesi dikkate değer bir özelliktir.

Şair tevhid bölümünde Allah'ın yaratıcı kudretinin bir delili olarak gök kubbeyi ve onun üzerindeki gök cisimlerini zikreder ve çeşitli benzetme unsurlarıyla bu yaratıcı kudreti vasfeder. Baş aşağı bir vaziyette olan ve üstündeki su kabarcıklarıyla bir kadehe benzeyen su renkli gök kubbenin ressamı Allah'tır. Gökyüzünün mavi renkli şişesi, O'nun kudretinin bir işaretidir:

Nigârende-i kubbe-i âb-gûn

Habâb-âver-i sâgar-ı ser-nigûn (2)

Bu ne şîşe-i nîlî-i âsümân

Anun nefha-i kudretinden nişân (4)

Şairin şiirde çokça zikrettiği ışk-ı pâk yani temiz (saf) aşk, ilahi aşk olarak düşünülebilir. Nitekim aşk "âlemlerin ve varlıkların yaratılmasına sermaye olan zati sevginin mertebelerinden özel bir mertebedir ki neş'e-i insaniyyede zuhur eder." (Ceylan, 2007: 176). Tasavvufi ıstılahta aşk, "sevginin son mertebesi; sevginin insanı tam olarak hükmü altına alması, varlığın aslı ve yaratılış sebebidir. Sûfiler sevgiyi (hub, mahabbet) genellikle çeşitli kısımlara ayırırlar, çoğu kez de en tepeye aşkı koyarlar; aşkı sevginin en mükemmel şekli sayarlar." (Uludağ, 2012: 48). Kâinat muhabbetin en ileri derecesi olan aşktan hasıl olduğu için şair de bu ilahi aşkı şarap metaforuyla ilişkilendirmiş, aynı zamanda işret meclisi ve kâinat unsurları arasında bir benzetme ilişkisi kurmuştur. Şaire göre ay ve güneş ilahi aşk şarabına kadeh iken gökyüzü (de) yuvarlanmış boş bir şarap küpüdür. Saf (ilahi) aşk şarabıyla dolu olan bu küpün buharı bulut, tortusu da toprak olmuştur:

O sahbâya peymânedür mâh u mihr

Tehî humm-ı galtîdesidür sipihr (8)

Bu humı idüp pür-mey-i 'ışk-ı pâk

Buhârı sehâb oldı dürdisi hâk (9)

Tevhid bölümünden sonra şair bir rubaiye yer verir ve münâcât bölümüne geçer. Münâcât bölümünde şair Allah'a yalvarır, doğru yoldan saptığını söyler ve azgın nefsin elinden kurtulmak için hidayet ister. Şairin canı ve teni aşk hastası olduğu için zalim nefs onu güçsüz bulup avlamıştır. Şair, Allah'a nefsin elinden kurtulmak için kendisine çare kılmasını ya da isteklerle dolu kalbini yüz parça etmesini söylemektedir:

Hudâyâ Kerîmâ 'inâyet senün

Yol azdum meded kıl hidâyet senün (31)

Bulup haste-i 'ışk-ı cân u teni

Zebûn avladı nefs-i zâlim beni (32)

Elinden halâsa anun çâre kıl

Ya bu kalb-i meyyâli sad-pâre kıl (33)

Hayret, şairin gam dolu kalbine hücum ettiği için şair dünyaya neden geldiğini unutmuştur. Tasavvufi terminolojide hayret, "kalbe gelen bir tecelli (vârit) sebebiyle sâlikin düşünemez ve muhakeme edemez hale gelmesi"dir (Uludağ, 2012: 163). O eli boş bir rind ve azadedir, gönül nakdini verip şarap almıştır. Şairin ümidi, içki satan kişinin onun gönül nakdinin ayıplarını örtmesidir. Gönül nakdi, şairin tek sermayesi olan canıdır ve talibi olduğu şarap ise ilahi aşk şarabıdır. Şair bu beyitlerde canını ilahi aşkın yoluna koyduğunu söylemektedir denilebilir. Şairin gönlünün ayıplarını örten içki satıcısı ise şiirde bir mürşid-i kamilin varlığına işaret eder. Ayrıca

şair, Allah'tan yardım mumunu kendisine yâr kılmasını ve tabiatının karanlığından kendisini kurtarmasını dilemektedir:

Hücûm itdi hayret dil-i pür-gama

Unutdı niçün geldügin 'âleme (37)

Tehî dest ü kef rind ü âzâdeyim

Virüp nakd-i dil tâlib-i bâdeyim (47)

Ümîdüm budur kim olup 'ayb-pûş

Ana kim 'ayâr ise de mey-fürûş (48)

İlâhî kılup şem'-i tevfîki yâr

Zalâm-ı tabî'atdan itdür güzâr (49)

Tasavvufta gaflet; "nefsin arzularına uymak, zamanı boşa geçirmek, önemli bir şeyin önemini kavrayamamak, değerli bir şeyin kıymetini takdir edememek. Kalbin Hak'tan gafil olması, O'nun zikrinden mahrum kalması" anlamlarına gelmekte ve "derin bir uyku" olarak vasfedilmektedir (Uludağ, 2012: 141). Şair gafletin derin uykusundan dolayı dünyanın hilekâr düşüncesinden yani fitnesinden gözünü açamadığını dile getirir. Zira dünya hayatının gelip geçici ve aldatıcı oluşunu gaflet uykusundaki kişi görememektedir:

Dirîgâ olup hâb-ı gaflet-girân

Göz açdırmadı fikr-i mekr-i cihân (58)

Gençliğin deliliği ve şarabın buharı arkadaş olup şairin dimağını harap etmiştir. Şair şarabın tortusu gibi günahlar içindedir fakat onu bu günahlardan sadece Allah'ın yardımı kurtarabilir. Bu yüzden ümit ipine sarılmak, şeriat terazisini dürüstlükle elde tutmak ve bu yolda yürümek ister. Gam dolu gönlüne şeriatı (dini) rehber edip Hz. Peygamber'e ulaşmayı dilemektedir:

Olup hem-ser itdi dimâgum harâb

Buhâr-ı şarâb ü cünun-ı şebâb (60)

Süveydâ-yı nûş-ı mey itdi tebâh

Kılup dürd-i mey gibi gark-ı günâh (61)

Hudâyâ 'Atâyîye eyle 'atâ

Dilin âşinâ kıl gözin rûşenâ (62)

Olup rismân-bâz-ı habl-ı recâ

Kadem basdum ana diyüp yâ hudâ (63)

Tutup elde mîzân-ı şer'i dürüst

Ümid ol ki olam bu râh üzre cüst (64)

Çekem levh-i câna hatt-ı müstakîm

Kalem cedvel olursa dîn-i kavîm (65)

İdüp şer'î reh-ber dil-i pür-gama

Beni vâsıl it şâri'-i a'zama (66)

Na't bölümünde şair, aşk kadehinin Hz. Peygamber'in şevkiyle döndüğünden ve aşk adının onun için olduğundan bahseder:

Anun şevkına devri der câm-ı 'ışk

O hâtem içündür hemân nâm-ı 'ışk (78)

Hz. Peygamber Cem misali aşk şarabını içmiş ve kâinat, yokluk perdesini onun gözünün önünden kaldırmıştır:

Mey-i 'ışkını içdi mânend-i Cem

Cihân itdi def'-i hicâb-ı 'adem (83)

4.2. Zamandan Şikâyet Bölümündeki Tasavvufi Metaforlar

Şaire göre zaman, kuru bir hoşgeldinle geçecek kadar kısadır ve gam ehli kadehten feyz alamamaktadır.

> Taşmak, bolluk, çokluk, ilim, irfan gibi anlamlara gelen feyz kelimesinin tasavvufi ıstılahtaki karşılığı "*Sâlikin çalışması ve çabası söz konusu olmaksızın Allah tarafından onun kalbine herhangi bir hususun verilmesi"*dir (Uludağ, 2012: 137). "*Feyz, bereket demektir ki, kastedilen ilahi aşk şarabının verdiği ilahi feyzdir. Gam ehli (gerçek anlamdaki) kadehten feyz alamaz*." (Kuzubaş, 2009: 49):

Dirîg itdi hoş geldisin âsümân

Kurı bir hoş-âmedle geçdi zamân (465)

Gam ehli ki feyz almaya câmdan

Ne farkı olur câm-ı hammâmdan (468)

Şairin bu dünya meclisindeki azığı gönül kanıdır. O ne yemek ne de uyku ister, zira bağrındaki kanlı yaşlar ona gıda olarak yeter. "*Şairin gönülden kanlı yaşlar aktığını söylemesi, tasavvufi anlamda kesrettir. Tasavvufta, sâlikin vahdete ulaşabilmek için gönlündeki kanların gözlerinden akıtması, yani kanlı göz yaşı dökerek maddeden kurtulması gerekir. Tasavvuf yoluna giren kişi ancak bu şekilde kendini maddeden arıtarak vahdete ulaşır. Şair, bütün gıdasının gönlünden akan kanlar olduğunu söylemekle bu duruma işaret eder."* (Kuzubaş, 2009: 50):

Bu meclisde oldı nasîbüm humâr

Hemân derd-i ser gördi cân-fikâr (491)

Surâhîleri oldı mîzâb-ı hûn

Şarâb ile pür-câmı gird-âb-ı hûn (492)

Leb-â-leb kadehle mey-i âteşîn

Olur dâg-ı pür-hûn-ı kalb-i hazîn (493)

4.3. Hitâb-ı Sâkî Bölümündeki Tasavvufi Metaforlar

Sakiye seslenerek başladığı bu bölümde şair, sakiye işret kadehini hemen getirmesini ve bir saati bile gafletle heba etmemesini söyler. Neyin sesinin bulunmadığı yerde kişiye şarabın kadehe dökülürken çıkardığı gulgul sesi münebbih (tembih eden, uyaran) olarak yeter. Tasavvufta "*esas vatanı olan ruhlar ve kutsiler âleminden ayrılarak bu dünyaya gelen insan ruhu; gurbet ellerindeki beşer ruhu*" (Uludağ, 2012: 277) olarak tavsif edilen ney, inleyen sesi ile de kişiye asli vatanı olan bezm-i elestten ayrılıp dünya gurbet hanesinde bir sürgün olduğunu hatırlatmaktadır. Şair neyin uyarıcı, tembih edici bu rolünü şiirinde şarabın kadehe dökülürken çıkardığı sese atfetmiştir. Zira elest bezminde bize sunulan şarap da ilahi aşk şarabıdır ve orayı hatırlatan her unsur bu dünyada kişiye gurbette olduğunu söylemektedir.

Getür sâkiyâ sâgar-ı 'işreti

Hebâ itme gafletle bir sâ'ati (754)

Bulunmazsa âvâze-i ney sana

Münebbih yeter gulgul-i mey sana (755)

Şarap, Hızır'ın hayat suyu, her cismin de ruhudur. Her derdin ilacı olan bâde-i nâb ise saf şarap olarak geçer ki bu da ilahi aşk şarabıdır. Divan şiirinde zahit ham sofu, dinin özünden habersiz kişi olarak daima yerilir. Bu şiirde de zahidin şaraba karşı tutumuna değinilir. Şair, zahidin hoş görmediği şarabın ele alınmasını ve böylece dertlerin def edilmesini dilemektedir:

Meger Hızrun âb-ı hayâtıdur ol

Ki her cisme rûh-ı nebâtıdur ol (759)

Yine bâde-i nâbı sürmek gerek

Bu derdün 'ilâcını görmek gerek (765)

Savup zâhidi al ele câm-ı Cem

İçilsün şarâb idelim def'-i gam (769)

Tasavvuf kaynaklı şiirlerde saki metaforu "*feyyâz-ı mutlak, bütün feyz ve sevginin kaynağı olan Allah" veya "mürşid-i kâmil, pir-i tarikat*" olarak geçmektedir (Uludağ, 2012: 305). Bu şiirde de sakinin mürşid-i kâmil, sunulan şarabın ise ilahi feyizlerle dolu aşk şarabı olduğu düşünülebilir. "*Atâyî, kaldıramayacağını düşünerek sâkînin kendisine şarabı az vermesine üzülür. Gönlünün fenâdan (fanilik, geçicilik) kurtulup bekâya (sonsuzluğa, vahdete) erişmesi için sâkînin daha çok şarap sunması gerekmektedir. O, ancak sâkînin verdiği şarapla kendinden geçecektir*." (Kuzubaş, 2009: 58):

Kanı sâkiyâ ol külâh-ı Keyân

Agır deprenür oldı ratl-ı girân (791)

Götürmez diyu sunmaz oldun bana

Neden bu cefâ merhabâ merhabâ (792)

İrişsün bekâya fenâ içre dil

Anı safha-i mahv u isbât kıl (794)

İçür sâkiyâ kıl beni ser-mest

Salam tâ ki bu dâm-gâha şikest (797)

4.4. Sıfat-ı Mey Bölümündeki Tasavvufi Metaforlar

Şair bu bölümde bezmin vazgeçilmez unsurlarından biri olan şarabın özelliklerini sıralar. Sakiye seslenerek yer ve zamana nur bahşeden, etrafa ışık saçan kırmızı şarabı sorar. Mey, vefa meclisinin mumunun ışığı aynı zamanda zevk ve safa gözünün yağı olarak vasfedilir. Şairin bezm-i vefa olarak bahsettiği vefa meclisi bezm-i elesti çağrıştırmaktadır. Bu durumda kastedilen mey ilahi aşk şarabı, sevgili Allah, mum ise ilahi nur olarak düşünülebilir. Bezm-i elest tasavvuf kaynaklarında "*Hakk'ın 'Ben sizin Rabb'iniz değil miyim,' diye sorduğu, ruhların da 'Evet öyledir,' şeklinde cevap verdikleri meclis (Araf Suresi, 172). Bu olay, insanlar yeryüzünde yaratılmadan evvel Allah'la insan ruhları arasında meydana gelmiştir*." şeklinde tarif edilir (Uludağ, 2012:75). Şair bezm-i vefanın en önemli unsurlarından biri olan meyi (ilahi aşk şarabını) vasfetmeye devam eder ve onu sevincin kimyası ve ateşi akla ışık yapan bir feyz kaynağı olarak nitelendirir. Onunla dua ehli yücelir, şarabın verdiği sarhoşluğun etkisiyle ne söylediğini bilemeyen aşığın sözlerini Sevgili mazur görür. Nitekim "sarhoşluk, mest olmak, kendini kaybetmek" anlamlarına gelen sekr, tasavvufi ıstılahta "zahiri ve bâtını kayıtları bir yana bırakıp Hakk'a yönelmek, kuvvetli bir vârid (tecelli) ile kendinden geçip ruhi bir haz ve zevke erme" hali olarak belirtilmektedir. Aynı zamanda "*sekr halindeki sâlik şer'i hükümlere aykırı sözler söyleyebilir, davranışlarda bulunabilir. Bunlara itibar edilmez. Şarâb-ı tahûr'u (İnsan Suresi, 21) içen veliler ve Hak erenler sermest olur ve ruhi hazlara gark olurlar*." denilmiştir (Uludağ, 2012: 310-311). Şiirde, ilahi aşkın sarhoşluğuyla sekr haline eren niyaz ehlinin sözlerinin Hak tarafından mazur görülmesi kastedilmektedir, zira sekr halinde kişi ilahi aşkın ve cemalin tecellisiyle sarhoş bir haldedir.

Kanı sâkiyâ ol mey-i âteşîn

K'ola nûr-ı bahş-ı zamân ü zemîn (839)

Ne mey şu'le-i şem'-i bezm-i vefâ

Ne mey revgan-ı çeşm-i zevk u safâ (844)

Odur sâkiyâ kimiyâ-yı sürûr

Ki nârı dimâga ider feyz-i nûr (847)

Anunla niyâz ehli 'izzet bulur

Ne söylerse dil-dâra ma'zûr olur (853)

4.5. Sıfat-ı Hum Bölümündeki Tasavvufi Metaforlar

Şair sıfat-ı hum bölümünde şarap küpünün özelliklerini anlatır. Divan şiirinde pek çok kelime tasavvufi bir terim olarak düşünüldüğünde hum, humhâne, kâse, câm gibi işret unsurlarının aşığın kalbi olarak telakki edildiği söylenebilir. Farsça "dil", Arapça "kalp" olarak geçen gönül, "*insanın manevi varlığına, manevi gücüne, sevginin, nefretin, inancın, iyi kötü bütün duyguların tümünün varlığına ve ifadesine verilen addır*." (Gölpınarlı, 2004: 127). Tasavvufi ıstılahta gönül, "*ilahi genişlik (vus'at-i ilahiye) mahalli; Allah'ın evi, yere ve göğe sığmayan Allah'ın içine sığdığı yer, tecelli aynası ilahi isim ve sıfatların en mükemmel şekilde tecelli ettiği yer*" olarak karşımıza çıkar (Uludağ, 2012: 205). Şaire göre şarap küpü gizli bir hazine olduğundan harabat ehli onu bekler, gözler. İlahi sırların tecelli ettiği, Hakk'ın nazargâhı olan gönül, içinde gizli hazineleri barındıran bir şarap küpü olarak şiirde vasfedilmiştir. Harabat ehli tasavvufi bir kavram olarak düşünüldüğünde "*nefsini maddi dünyadan arındıran ve kendini Allah'a adayan (kimse)dir*." (Parlatır, 2016: 580). Bu kimseler aynı zamanda "*iradesi dışında kendisinden marifet ve irfan zuhur eden kâmiller*" olarak da tanımlanır (Uludağ, 2012: 158). Tasavvufi ıstılahtaki karşılıkları düşünüldüğünde ilahi sırlarla dolu gönül hazinesi hükmündeki şarap küpünü harabatilerin beklemesi kaçınılmazdır. Nitekim onların gönüllerinden ilahi hakikatler neşv ü nema bulur. Şiirde şarap küpü zevk ve safa dağı olarak vasfedildiği gibi gam denizinin coşkun tufanından kişiyi zaman zaman kurtaran da odur. Pir-i muganın feyzine talip olup o yolda nice zaman yuvarlanmış olan da Hızır'ın insana can çeşmesi olan da şarap küpüdür. O, feyzini sürekli hale getirmezse billurdan havuza benzeyen şişeler dolamayacaktır:

Sana muntazırdur harâbâtiyân

Hum-ı mey yeter oldı genç-i nihân (916)

Hum-ı meydür ol kûh-ı zevk u safâ

Dem-i Cemden oy virür itsen sadâ (919)

Halâs iden oldur yine dem-be-dem

Hurûş itse tûfân-ı deryâ-yı gam (920)

Olup tâlib-i feyz-i pîr-i mugân

Yuvarlanmış ol yolda nice zamân (928)

Odur mahzen-i çeşme-i Hızr-ı cân

Ya hâk içre sahrınc-ı deyr-i mugân (930)

O ser-çeşme itmezse feyz-i müdâm

Pür olmaya havz-ı bilûrîn câm (931)

4.6. Sıfat-ı Câm Bölümündeki Tasavvufi Metaforlar

Şair bu bölümde kadehin özelliklerini vasfeder. Kadeh, aşk hastası için feyiz akıtan bir ilaç hükmündedir:

İder haste-i 'ışka feyz-i revân

Meded câmı pek ola câmun hemân (936)

Şaire göre şarap kadehi akla parlaklık verir. Şarap insanın akli melekelerindeki denge unsurunu kaybetmesine neden olurken şair tarafından akla parlaklık verdiği söylenen şarap ilahi aşk şarabı olmalıdır:

N'ola safha-i hâtıra virse tâb

O billûr mühreyle câm-ı şarâb (950)

Tasavvufi ıstılahta şarap kadehi (câm) "*içi marifetle dolu olan sülûk ehli arifin gönlü" olarak tanımlanır ve "câm bedene, içindeki bâde bedeni tasfiye etmeye işarettir*." denir (Uludağ, 2012: 82). Tasavvuf odaklı metinlerde kadehin gönül, şarabın ilahi aşk olarak yorumlanmasından hareketle gönlün ilahi aşka mesken olmasıyla kıymet kazandığını söylemek mümkündür. Zira gönül, ilahi sırları taşıyan gizli bir hazine hükmündedir ve Hakk'ın tecelli yeri olmasından dolayı kıymetlidir. İçinde aşk olmayan gönül ceset gibidir denilebilir. Şair de kadehin şarapla rağbet bulacağından, eğer içinde şarap yoksa kadehin soluk bir gül gibi olacağından bahsederek kadehin şarapla kıymet kazandığını söyler:

Mey olmazsa sâgar ne ragbet bulur

Gül-âbı alınmış soluk gül olur (956)

Şair, sakiden lale renkli kadehi istemekte ve kadeh gülünün açılmasıyla (gönlündeki) kir ve pasların gideceğini söylemektedir. Şiirde kadehin şarapla dolduğu zaman kirlerinin gitmesi durumu tasavvufta gönlün ilahi aşkla dolduğu zaman kirlerinden arınacağı bahsini akla getirmektedir. Nitekim tasavvufi ıstılahta gönlü ayna gibi saf bir hale getirmek için Allah aşkıyla cilalamak gerekir. Bunun dışında şair kadehten içmekle, mecazi aşkın menzilinden geçip akıl engelinden kurtularak ilahi aşka vasıl olan Kays'a (Mecnun) cünun ilmini öğretmek istemektedir:

Kanı sâkiyâ sâgar-ı lâle-reng

Açıldı gülün sâgarı gitdi jeng (963)

Bana sun ki Kaysa cünun ögredem

O nâ-şâda birkaç fünûn ögredem (964)

4.7. Sıfat-ı Pîr-i Mugân Bölümündeki Tasavvufi Metaforlar

Pir-i muganın özelliklerinin vasfedildiği bu bölüme şair, aklı ve fikri emniyet altına alma lütfunu gösteren pir-i mugana hürmet edilmesi gerektiğinden bahsederek başlar. Gönlün halleriyle ilgilendiği için gönül çocuğunun mürebbisi (terbiyecisi) de pir-i mugandır. Gönlü şek ve şüpheden arındığı için kadeh gibi temiz olan pir-i mugana feleğin bütün sırları malumdur. Yine onun gönlü şarap sürahisi gibi saf ve şarap küpü gibi neşelidir. Bu beyitlerde de pir-i muganın gönlünün tasavvufi ıstılahtaki gönlün karşılığı olan sürahi ve şarap küpü ile karşılandığı görülmektedir:

Bilinmek gerek hürmet-i mey-fürûş

Olur lütfı âsâyiş-i 'akl u hûş (989)

Odur sâkiyâ nâzır-ı hâl-i dil

Vasıyy-i mürebbi-i etfâl-i dil (990)

Derûnı kadeh gibi bî-reyb ü şek

Ana cümle ma'lûm-ı râz-ı felek (992)

Surâhî-i mey gibi sâfî derûn

Hum-ı bâde-veş hurrem ü pür-sükûn (993)

Pir-i mugan her aşığa cömertlikle yaklaşan müşfik kişidir. O, Hâtem'in sofrası gibi sofralar kurarak bütün âlemi nimetleriyle ağırlamaktadır. Meyhanenin (dergâhın) sakinlerinden her kim kusur işlerse de onun kusurlarını hoş görür. Ezel bezminin sarhoşu olan kişileri ise gördüğünde tanıdık bir gülüşle mukabelede bulunur. Tasavvufta pir-i mugan aşk şarabını sunan hakiki ve kâmil mürşit, kutb-i âlem, rehber olarak geçer. Şairin cömert, müşfik, gönül terbiyecisi ve saf gönüllü olarak tavsif ettiği pir-i muganın insan-ı kâmil olduğunu söylemek mümkündür. Şairin pir-i muganın tebessümüne mazhar olan ezel bezminin sarhoşları dediği kişiler ise ilahi aşk şarabıyla sarhoş olan Hak aşıklarıdır ve elest bezminde verdikleri "belâ" sözüne sadık bir kullukla yaşarlar.

Rebîb-i kerem kıldı her 'âşıkı

Ol ebnâ-yı 'asrun âb-ı müşfiki (999)

Çeküp 'âleme sofra-i Hâtemi

Ni'amla ağırlar bütün 'âlemi (1000)

Ne taksir kim ide o sükkân-ı deyr

Bagışlar günâhını pîrân-ı deyr (1002)

Ezel bezminün mestine dâ'imâ

Görince ider hande-i âşinâ (1003)

Şaire göre herkes ekmek ve tuz hakkına riayet edip o pirin rızasını gözetmelidir, eğer o mübarek pir himmet ederse gedalar bile şahlık makamına yükselir:

Ri'âyet idüp hakk-ı nân u nemek

O pîrün rızâsın gözetmek gerek (1010)

Eger himmet itse o ferhunde pîr

Gedâlar olur şâh-ı sâhib-serîr (1011)

4.8. Sıfat-ı Meyhâne Bölümündeki Tasavvufi Metaforlar

Meyhanenin vasıflarının zikredildiği bu bölümde şair, meyhaneyi mübarek ve hoş bir yer olarak tanımlar. Orada içki dağıtan her mugbeçe bir tasvir gibidir. Şaire göre aşk yolu meyhaneden geçer ve meyhane başı ağrıyan herkesin vardığı bir tekke haline gelmiştir. Meyhane aynı zamanda fakiri şah, köleyi zengin eden gizli bir hazine ve emniyet yeridir:

Ne deyr-i mübârek ne hoş yirdür

Ki her mug-beçe sanki tasvîrdür (1013)

Bu gün râh-ı 'ışka odur reh-güzer

Kasâyidde beyt-i güzîde döker (1016)

'Aceb tekyedür deyr-i pîr-i mugân

Başı agrıyan ana varur hemân (1017)

Fakîri şeh eyler gedâyı ganî

Hum-ı hüsrevânî ile mahzenî (1029)

O mahzen ki genç-i nihândur bana

Gam irdikçe kehfü'l-emândur bana (1030)

Tasavvufi ıstılahta meyhane; tekke veya dergâhın temsil edildiği yer olmakla beraber "*kulun aşk ve şevkle Rabb'ine münâcât mahalli; kâmil mürşidin kalbi*" olarak da zikredilmektedir (Uludağ, 2012: 248). Meyhane (dergâh) gönüllerin ilahi aşkla tasfiye ve terbiye edildiği bir yer olması hasebiyle insanı ilahi aşk yoluna ulaştıracak menzillerden biridir. Orada ilahi tecellilere mazhar olmaları itibariyle fakir şah, köle zengin hükmündedir.

4.9. Sıfat-ı Muganni vü Envâ'-ı Sâz Bölümündeki Tasavvufi Metaforlar

Bu bölümde şair, işret unsurlarından muganniden (çalgıcıdan) ve çeşitli müzik aletlerinden bahseder. Şairin özellikle neye dair beyitleri tasavvufi anlamda dikkat çekicidir. Şair, neyin aşk ateşiyle yanıp ah ettikçe ağzının karardığından bahseder. Tasavvufi ıstılahta "*esas vatanı olan ruhlar ve kutsiler âleminden ayrılarak bu dünyaya gelen insan ruhu*" (Uludağ, 2012: 277) olarak tavsif edilen neyin öz vatanına duyduğu hasretle inlemesi ve ilahi aşk ateşiyle yanıp içinin kararması şiirde neyin tasavvufi anlamda 'beşer'i simgelediğini göstermektedir:

Yanup sûz-ı 'ışk ile itdikçe âh

Dehânı bu sûzişle olmuş siyâh (1058)

4.10. İşret Gecesi Bölümündeki Tasavvufi Metaforlar

Bu bölümde şair, işret gecesinin özelliklerini vasfetmektedir. Şaire göre işret gecesi vecd (coşma) ve hal (cezbe) mevsimidir. İşret gecesi gayb insanlarının gafletlerini dağıtan bir gece olduğu gibi, ayıpları örten lütuflu bir gölgedir. Aynı zamanda genç ve ihtiyarların sırlarına perde, zengin ve fakirlerin de gölgeliği hükmündedir:

Şeb-i 'ıyşdur mevsim-i vecd ü hâl

Siyeh zülfi çârûb-ı râh-ı visâl (1117)

Ne şeb gaflet-efrûz-ı merdân-ı gayb

Ne şeb sâye-i lutf-ı settâr-ı 'ayb (1120)

Ne şeb perde-i râz-ı bernâ vü pîr

Ne şeb sâyebân-ı ganî vü fakîr (1121)

Bu karanlık gecede şarap hayat suyu ve kurtuluş yoluna bir delildir. İşret gecesinin rintleri şarabın neşvesiyle gecelerini ihya etmelidir:

Bu zulmetde âb-ı hayât oldı mey

Delîl-i tarîk-i necât oldı mey (1123)

Salâh ol ki rindân-ı 'ıyş-ı tarab

İde neşve-i meyle ihyâ-yı şeb (1124)

4.11. Sıfat-ı Şem' Bölümündeki Tasavvufi Metaforlar

Şair bu bölümde bezmin önemli bir unsuru olan mumun özelliklerinden bahseder. Mum, hidayet yolunun delili, Hz. İbrahim'in gül bahçesinin seçilmiş bir gülüdür. Ona Hz. Musa'nın asası denilse şaşılmaz, zira zulmet denizini o asa gibi ikiye böler:

Nice şem'-i râh-ı hedâya delîl

Güzîn gonca-i gülsitân-ı Halîl (1128)

N'ola ana dinse 'asâ-yı Kelîm

Olur bahr-ı zulmet anunla dü-nîm (1129)

"*Tasavvuf edebiyatında mum (şem') sevgiliyi, Allah'ı; pervâne âşıkı temsil eder*." (Uludağ, 2012: 255). Ayrıca, işret meclisi unsurlarının tasavvufi bir metafor olarak kabul edildiği eserlerde mum "ilahi nur"u simgeler. Şaire göre mumun ipliği aşka düşmüş ve sırrı her yere yayılmıştır. O, can ipliğini parlatıp vücuduna ateş salmıştır:

Yayılsa n'ola râzı her mahfile

Düşüp 'ışka ser-rişte virmiş ele (1132)

İdüp rişte-i cânını tâbdâr

Salar 'ışk-ı eczâ-yı cismine nâr (1133)

Mumun ışığı dünya halkını toplamıştır. Her yanını yakan ateş, mumu mecalsiz hale getirmiş ve mum ayakta duramadığı için duvara yapışmıştır. Hevâ ve hevesten daima halvete ve uzlet köşesine kaçan mumun aşkla yanan gönlü ona güç kuvvet vermiş, o aşk ile mum gençleşmiştir. Bu ateşten ona bir kıvılcım düşünce başı siyah olmuştur (ipliğin yandıkça kararması olayıyla ilgi kurulmuştur). Mum, gece olunca uykuyu terk eder ve bundan dolayı yorulur. Alevi sönmediği için sabah vaktine kadar yaş döker (Bu kısımda ise mumun erimesiyle yüzeyinde oluşan damlalar gözyaşına ve mum da aşk ateşiyle eriyen aşığa benzetilmiştir):

Anı muhrika eylemiş bî-mecâl

Yapışmada dîvâra turmak muhâl (1134)

İder şu'lesi cem' halk-ı cihân

Sütûn üzre gûyâ direfş-i Keyân (1135)

Girüp nûr-ı bahşı gibi halvete

Hevâdan kaçar kûşe-i 'uzlete (1139)

Virür sûz-ı dil ana tâb u tüvân

Olur 'ışk ile pîr iken nev-cevân (1140)

Düşünce bu âteşden ana şerer

Siyâh oldı anun seri ser-be-ser (1141)

Şeb oldukça terk-i şeker-hâb ider

Bu bî-dârlık anı bî-tâb ider (1142)

Söyünmez odı bunca kim yaş döker

Teneffüs ide subh-ı sâdık meger (1143)

4.12. Sıfat-ı Dil Bölümündeki Tasavvufi Metaforlar

Gönlün özelliklerinin anlatıldığı bu bölümde şair, sakiye seslenir ve gönül küpünü şarapla mayalayarak ebedi feyzin şarabını gönle sermaye kılmak gerektiğinden bahseder:

Hum-ı sîneye bâdeden mâye kıl

Mey-i feyz-i câvîdî ser-mâye kıl (1399)

İlahi hakikatlerle coşan gönül, lale renkli kadehle dolar:

Tolun dâ'im ey sîne-i bî-sükûn

Yeter sana dil sâgar-ı lâle-gûn (1401)

Gönül gizli aşkların sırrına mahzendir, dert ve bela şehrinin taciridir, cevher sandığıdır ve lal (gibi) bir hazinedir. Gönül aynasında riyaya yer yoktur, o kendini değil âlemi gösterir:

Olup mahrem-i râz-ı 'ışk-ı nihân

Virür hâli çâh-ı 'Alîden nişân (1405)

Gönül tâcir-i şehr-i derd ü belâ

Meger sînedür bâr-hâne ana (1406)

Dür-i dürc-i sandûka-i sînedür

Gönül la'l bu gerek bu gencînedür (1407)

Yok âyîne-i dilde rûy-ı riyâ

Bu 'âlem-nümâdur degil hod-nümâ (1409)

Tasavvufi terminolojide "*nefis ve tabîat erbâbı âmâ, kalp ehli ise basîr hükmündedir. Zîrâ basîretten maksat, gayb âlemini mükâşefe ve İlâhî sırları öğrenmedir ki kalbin parlaklığına bağlıdır. Bu sebeple kalbe câm-ı gîtî-nümâ veya âyîne-i âlem-nümâ da derler. Vücût içerisinde gizli olduğu hâlde bütün vücûdu idâre eden gönüldür. (…) Ayrıca sülük mertebelerinin üçüncüsü sayılan kalb, gerçekten de Cenâb-ı Allâh'ın sınırsız sayıdaki şaşılacak sırlarının ve tecellîlerinin mahzeni sayılmaya lâyıktır."* (Ceylan, 2007: 233).

Gönle üzüntünün kan damlası denmemelidir; o, toprak içinde muhabbet tohumudur. Zaman zaman aşk ateşiyle ah eder, bundan dolayı siyah bir duman oluşur. Gönül ilahi aşkın feyziyle güler, bela şarabıyla sarhoş haldedir ve elest mülkünde (bezm-i elest) verdiği ahdi tutar:

Dime katre-i hûn-ı mihnetdür ol

Bu hâk içre tohm-ı muhabbetdür ol (1410)

Dem-â-dem ider sûz-ı 'ışk ile âh

Olur hâsılı şekl-i dûd-ı siyâh (1411)

Gönül feyz-i 'ışk ile handân imiş

Açılmış hudâyî gülistân imiş (1413)

Gönüldür şarâb-ı belâ ile mest

Gönüldür velî 'ahd-i mülk-i elest (1416)

Gönül herkesle eğlenip alay eden sevgilisini gördüğünde içindeki sırlarını gizleyemez. Yaradılışı temiz olan kişilerin gönlü ve sinesi de kadeh gibi parlak ve saf olur. Kalbi kararmış kişilerin gönlü şarap küpü gibi kederden kurtulamaz:

Gönül kim göre yâr-ı tannâzını

Nihân idemez sinede râzını (1418)

Olur tıyneti pâk olan bî-hılâf

Kadeh gibi rûşen dil ü sîne sâf (1419)

Kederden halâs olamaz muttasıl

Hum-ı mey gibi mubtan u tîre-dil (1420)

4.13 Sıfat-ı 'Işk Bölümündeki Tasavvufi Metaforlar

Aşkın özelliklerinin vasfedildiği bu bölümde şair, sakiye seslenerek ondan gönlü yakan aşk kadehini sormaktadır ve bu aşkın yakıcı çığlığının feleğe çıkacağını düşünmektedir:

Kanı sâkiyâ câm-ı dil-sûz-ı 'ışk

Ki çarha çıka na'ra-i sûz-ı 'ışk (1422)

Şair, aşıkların yolundan gittiğini ve vasfını sıraladığı şarabın da aşk şarabı olduğunu söylemektedir:

Reh-i 'âşıkândur benüm gitdigüm

Bu meydür sana vasfını itdigüm (1425)

"*Tasavvufta aşk yakıcı özelliği itibariyle ateşe (âteş-i aşk), sarhoş edici özelliği itibariyle şaraba (mey-i aşk, bade-i aşk) çıldırtıcı özelliği itibariyle deliliğe (cinnet-i aşk) benzetilir*." (Uludağ, 2012: 49). Bu eserde ise şair şarap kavramıyla aşkı karşılamıştır ki bu da ele aldığımız beyitlerde ilahi aşkı işaret etmektedir denilebilir. Şaire göre aşkın bahçesi ateşle terbiye olduğu için lalenin içinde aşk yaraları oluşmuştur. Şair bu beyitte lale yapraklarının siyah kısmını lalenin aşk ateşiyle yanmasına bağlamıştır. Şair, gönlün aşk ateşiyle parladığını, yine o ateşle yok olduğunu söylemektedir. Eğer gönle safa verilirse aynaya da Cem'in kadehine de ihtiyaç yoktur, çünkü ilahi aşk şarabıyla cilalanan gönül âlemleri gösterir:

Bulur nâr ile terbiyet bâg-ı 'ışk

Anunçün yanar lâlede dâg-ı 'ışk (1451)

Gönül nâr-ı 'ışk ile bulmuş cilâ

Yine 'âkıbet bulur anda fenâ (1466)

Ne âyîne iste ne câm-ı Cemi

Derûna safâ vir de gör 'âlemi (1467)

Şair, vaize seslenerek şaraptan söz etmemesini, bu şarabın sarhoş olanlara haram olduğunu söylemektedir. Nesimi gibi bu sırrı aşikâr kılmamasını, cahillerin bunu duymamasını ifade eder. Düşmanlar ise sert sözleriyle keder verirler. Kişi aşkın saf şarabını içmeye devam etmeli, kimseye bundan bahsetmemelidir. Başını gövdesinden ayırsalar da sabah akşam meyhaneden ayrılmamalıdır. Şair, Hurufi şairlerden Nesimi'nin ilahi aşkı harflerin sırlarına dayanan coşkun bir anlatımla dile getirişine ve sonunda görüşleri sebebiyle derisi yüzülerek öldürülmesi olayına telmihte bulunmaktadır:

Sakın vâ'iz açma bu meyden kelâm

Bu mey oldı bed-mest olana harâm (1469)

Nesîmî-veş itme anı âşikâr

Çıkarmasun sakın postdan nâfe-var (1473)

Dehânundan almasun anı 'avâm

Ne girse kulaguna mânend-i câm (1475)

Virür serd sözlerle a'dâ keder

Sakın sen de açılma sovuk geçer (1476)

İdüp nagme bî-savt u harf ü kelâm

İç ol bâde-i nâbı bî-câm u kâm (1477)

Der-i mugdan ayrılma şâm u seher

Eger der gibi iki ayırsalar (1478)

5. SONUÇ

Divan edebiyatında bir tür olarak karşımıza çıkan sakinamelerde bazen rindane bir üslupla ve gerçek anlamda işret meclisleri anlatılırken bazen de işret meclisi unsurları kullanılarak tasavvufi bir atmosfer sunulmaktadır. 17. Yüzyılın önde gelen mesnevi şairlerinden biri olan Nev'î-zâde Atâyî'nin hamsesi içerisinde yer alan Sâkînâme (Âlemnümâ)'si türün en başarılı örnekleri arasındadır. *Sâkînâme* adlı eserinde Atâyî'nin duygu ve düşünce dünyasını şekillendiren tasavvufi bir hava sezilmektedir. Şairin dünyanın faniliğine, kesret âlemine, maddeden arınmaya, ilahi aşka ve ilahi sırların hazinesi hükmünde olan gönle yönelik değerlendirmelerinde işret meclisi unsurlarıyla oluşturduğu metaforik bir üsluptan bahsetmemiz mümkündür.

Sâkînâme salt tasavvufi bir eser olmamakla birlikte şairin işret meclisinin meyhane, şarap, kadeh/şarap küpü/sürahi, pir-i mugân ve mum gibi unsurlarını dergâh, ilahi aşk, gönül, mürşit ve ilahi nurun karşılığı bir metafor olarak kullanmasından hareketle tasavvufi veçhesi olan bir eserdir denilebilir. Ayrıca şairin sıfat-ı dil bahsinde gönlü ilahi aşkın sırlarını taşıyan bir hazine ve âlem-nümâ olarak vasfetmesi tasavvufi ıstılahta gönlü karşılayan derin manayı aksettirmektedir. Sıfat-ı 'ışk bölümünde şair, gönlü terbiye eden ve cilalayan ilahi aşktan bahsetmekte, aşk sırrını gizlemesi konusunda tembihlerde bulunmakta, Nesimi gibi ilahi aşkın yolunda can vermiş kimseleri hatırlatmaktadır. *Sâkînâme* tasavvufi metaforlar açısından zengin bir eser olmakla beraber konu ve mekân itibariyle de orijinal ve önemli bir eserdir. Eserin tasavvufi şiir sembolizmine zengin örnekler sunan orijinal bir eser olması onu türü açısından dikkate değer kılmaktadır diyebiliriz.

KAYNAKÇA

Banarlı, Nihad Sâmi (1971). Resimli Türk Edebiyatı Tarihi 2. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.

Bilgin, A. Azmi (2014). "Türk Tasavvuf Edebiyatının Mahiyeti". Türkiyat Mecmuası, C. 24, Bahar.

Canım, Rıdvan (2012). Divan Edebiyatında Türler. Ankara: Grafiker Yayınları.

Cebeci, Oğuz (2013). Metafor ve Şiir Dilinin Yapısal Özellikleri. İstanbul: İthaki Yayınları.

Ceylan, Ömür (2007). Tasavvufi Şiir Şerhleri. İstanbul: Kapı Yayınları.

Gölpınarlı, Abdulbaki (2004). Tasavvuftan Dilimize Geçen Deyimler ve Atasözleri. İstanbul: İnkılâp Yayınları.

Kuzubaş, Muhammet (2009). Sâkînâme (Nev'i-zâde Atâyî). İstanbul: Etüt Yayınları.

Mengi, Mine (2011). Eski Türk Edebiyatı Tarihi. Ankara: Akçağ Yayınları.

Parlatır, İsmail (2016). Osmanlı Türkçesi Sözlüğü. Ankara: Yargı Yayınevi.

Şems-i Tebrizî (2006). Makâlât. (Mehmet Nuri Gençosman, Çev.). İstanbul: Ayaç Yayınları.

Uçan Eke, Nagehan (2013). Klâsik Türk Edebiyatında Metaforik Üslûp. Ankara: Akçağ Yayınları.

Uludağ, Süleyman (2012). Tasavvuf Terimleri Sözlüğü. İstanbul: Kabalcı Yayıncılık.

Türkiye İç Sularındaki İstilacı Balıkların Etkileri: Ulusal ve Uluslararası Mevzuat

Dr.Öğr.Üyesi Çiğdem GÜRSOY GAYGUSUZ[1,2]

[1]Trakya Üniversitesi, Keşan Meslek Yüksek Okulu Su Ürünleri Programı, cigdemgaygusuz@trakya.edu.tr

[2]Trakya Üniversitesi, Su Ürünleri Araştırma ve Uygulama Merkezi

Özet: Türkiye, yer aldığı coğrafya içinde doğal ve yapay çeşitli su kaynakları ve bu kaynaklarda yaşayan balık faunası ile genetik zenginliğe sahip bir ülkedir. 78'i endemik olmak üzere 368 balık türüne ev sahipliği yapan iç sularımız kirlilik, iklim değişikliği, sulak alanların kurutulması ve tahribatı, sulama amaçlı yoğun kullanım, aşırı avcılık, kontrolsüz balıklandırma, istilacı ve yabancı türlerin ortama girmesi gibi nedenlerle balık faunasının değişime uğramasına maruz kalmaktadır. Yabancı ve istilacı türler biyolojik mücadele, alternatif türler yetiştirme, sportif balıkçılık amaçlarıyla veya bilinçsizce habitatlara bırakıldıklarında girdikleri sucul ortamlarda besin ve alan rekabeti, doğal türlerin yumurtalarını yemesi gibi sebeplerle başta endemik türler olmak üzere balık popülasyonlarının azalmasına ve ne yazık ki bazı türlerin yok olmasına sebep olmaktadırlar.

Ülkemizde ve dünyada iç sularda istilacı ve yabancı balık türlerinden kaynaklı negatif etkileri azaltmak ve engelleyebilmek için çalışmalar yapılmaktadır. Bu araştırmada yabancı ve istilacı balık türlerinin girdikleri ortamlardaki etkileri ve bu etkileri engelleyecek ulusal mevzuat, Avrupa Birliği mevzuatı, uluslararası mevzuat ve Türkiye'nin de taraf olduğu antlaşmalar ve düzenlemeler hakkında bilgiler verilmiş olup bunların yanı sıra bölgesel, ulusal ve uluslararası bazı veri tabanları da ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: İstilacı Balıklar, Mevzuat, Balık Popülasyonları

Effects of Invasive Fish in Turkish Inland Waters: National and International Legislation

Abstract: Turkey is a country which has natural and artificial water sources and a great genetic diversity with the fish fauna living in these waters. Our inland waters that host 368 fish species, which 78 of them are endemic, are under threat of pollution, climate change, drying and destruction of wetlands, intensive use for irrigation, overfishing, uncontrolled stocking, invasion of alien and invasive species. These environmental threats leads to the change of fish fauna in these water bodies. The invasive species enters the inland waters through biological struggle, aquaculture of alternative species, sportive fishing and uncontrolled stocking. They decrease fish populations in inland waters and especially they cause a sharp decline of endemic species. Unfortunately, sometimes this give rise to extiction of some species by competing for food and space and consuming the eggs of natural species.

Some efforts are being made to reduce and prevent the negative effects of invasive and foreign fish species in the domestic waters of our country and the world. In this work, we evaluate 1) the effects of alien and invasive fish species on the environment they entered, 2) give information to prevent these negative effects about the national legislation, international law, European Union legislation and treaties and regulation of which Turkey is a signatory, and lastly, 3) regional, national and international databases were also addressed.

Keywords: Invasive Species, Legislation, Fish Populations

1. GİRİŞ

Asya ve Avrupa arasında önemli bir noktada bulunan Türkiye'de 14 Ramsar Alanı (12'si doğal göl, 2'si akarsu havzası), 706 baraj gölü, 120 göl ve birçok akarsu bulunmaktadır. (Anonim, 2014a). Türkiye, sahip olduğu su kaynaklarında yaşayan endemik türler ve biyolojik çeşitlilik bakımından oldukça zengin bir ülke olmakla birlikte yabancı türlerin yeni dağılım alanları bulmasında doğal bir koridor görevini üstlenmektedir (Özuluğ vd., 2013). Tatlı sularımızda 78'i endemik olan 368 balık türü mevcuttur (Çiçek vd., 2015, Tarkan vd., 2015) ancak bu endemik türlerin 65'i "ciddi olarak tehlike altında" (CE) veya "tehlike altında" (E) olarak sınıflandırılmaktadır (Fricke vd., 2007).

Baraj inşası, bir su kaynağının başka bir kaynağa aktarılması, sulama gibi su rejimine yapılan müdahaleler su kalitesinde gözle görülür sorunların yaşanmasına ve sulak alanların tahribatına neden olurken küresel ısınma, kirlilik, aşırı avcılık, habitatlara kontrolsüz balık aşılama, yerli ve yabancı türlerin yetiştiriciliğinin yapılması faunada hızlı değişimlere yol açmaktadır (Çetinkaya, 2006a; Ekmekçi vd., 2013). Tüm bu değişimlerin yanı sıra yabancı istilacı türler girdikleri ve yerleştikleri yeni ortamlarda biyoçeşitlilik ve balık çeşitliliği için olumsuz etkilere ve ciddi sorunlara sebep olmaktadır. Biyolojik istila, modern zamanların en büyük çevre

problemlerinden biridir (Didham vd., 2005). Sucul istilacı türler ekosistemlerin yapısını ve işleyişini bozarak her yıl finansal kayıp ve zararlara da yol açarlar (Pimentel vd., 2005; Ehrenfeld, 2010).

"Belirli bir yere özgü olmayan, farklı yollarla bölgeye dışarıdan gelen ve çevreye, insan ekonomisine ve insan sağlığına zarar vereceğine inanılan, yayılma eğilimi gösteren türler" **istilacı tür** olarak tanımlanmaktadır (Ehrenfeld, 2010; Özdemir ve Ceylan, 2007). İstemli veya istemsiz doğal alanı dışına çıkan türler istilacı özellikler göstermeye başladığı andan itibaren ulusal, bölgesel ve küresel ölçeklerde derin ekolojik, insani, sosyal ve ekonomik etkilere sahip olmuş ve olmaya devam etmektedir. (Marbuah vd., 2014). Lockwood vd. (2008)'e göre sucul istilacı türler sular ve ekosistem için küresel olarak büyük bir sorun teşkil ettikleri için yüzyılın en büyük sorunlarından biri olmuştur. Yabancı istilacı türlerin habitatlara girişi bir tehdit unsuru oluştururken sucul ekosistemlerin karasal ekosistemlere göre daha fazla tahribata uğradığı da bilinmektedir. (Sala vd., 2000). Clavero ve Garcia-Berthou (2005), yaptıkları bir çalışmada yok olan 680 hayvan türünden 91'inin yok olmasında istilacı türlerin etkilerinin olduğunu, bu 91 türün 34'ünün yok olmasında ise "tek başına" istilacı türlerin sebep olduğunu belirtmişlerdir.

Yabancı istilacı türlerin bir ortama girmesinden sonra mücadele edilmesi, bu türlerin girişini engelleyici çalışmalardan daha masraflıdır (Durnil vd., 1990). İstilacı türleri engelleme, izleme ve kontrol altına alma için yapılan harcamaların yanında bu türlerin verdiği çevresel, sosyo-ekonomik zararlar da dikkate alındığında Sadece Avrupa'da yıllık 12,5 milyar euroluk masraf yapılmaktadır. (Kettunen vd., 2008). İstilacı türlerin biyolojik etkileri araştırılırken ekonomik sosyal etkilerinin de göz ardı edilmemesi gerekmektedir (Mcneely, 2001). Dünyada istilacı türlerin etkileri ile ilgili çok yönlü olarak araştırmalar yapılırken Türkiye'de de bazı çalışmalar yapılmakta olup bu tür çalışmalar henüz yeterli seviyeye ulaşmamıştır.

2. İSTİLANIN AŞAMALARI

Biyolojik istila olayında canlılar ortama taşınır, yerleşir, zamanla yayılır ve ardından etkileri görülmeye başlanır. İstemli veya istemsiz girdiği ekosistemde hayatta kalmayı başaramayan, koşullara uyum sağlayamayan, çoğalma ortamı bulamayan türler ise yok olurlar. Habitata girip tutunmayı başaran yeni tür aynı habitatta farklı noktalara veya yeni habitatlara dağılarak yayılım alanını genişletebilir

Popülasyonlarını çarpıcı bir şekilde arttırmadan önce fark edilmeleri zor olan istilacı türler habitat ve niş rekabeti açısından yerli türlere kıyasla başarılı türlerdir. Girdikleri habitatta etkileri önemsiz olabileceği gibi bazı durumlarda yerel fauna için yıkıcı da olabilir (Ekmekçi vd., 2013; Lockwood vd., 2007).

3. İSTİLACI TÜRLERİN YAYILMA YOLLARI

3.1. Balıklandırma

Aşılama, stoklama anlamlarına da gelmekte olan balıklandırma, akuakültür (balık yetiştiriciliği), doğal stokların ıslahı, yeni bir su kaynağının balıklandırılması, sportif amaçlı balıkçılık, süs balıkları yetiştiriciliği ve ticareti, biyolojik kontrol/biyolojik mücadele gibi çeşitli amaçlarla balıklandırma çalışmaları yapılabilmektedir. (Yılmaz vd., 2011; Diler ve Didinen, 2006)

3.1.1. Aquakültür (Balık Yetiştiriciliği)

Salmon balıkları yetiştiriciliğinin Dünya çapında artışıyla beraber 1960'lı ve 1970'li yıllarda özellikle Asya Kıtası'nda tilapia ve sazan türlerinin de yetiştiricilik faaliyetleri öne çıkmıştır (De Silva vd., 2006). Türkiye'de 1970'li yıllarda getirilerek kültürü yapılan Kuzey Amerika kökenli gökkuşağı alabalığı tatlı su balıkları yetiştiriciliğinde önde gelen egzotik bir türdür. Türkiye'de ve Dünya'nın pek çok ülkesinde bazı balık türlerinin yetiştiriciliğinin yapılması yabancı istilacı türlerin de yayılması için önemli rol oynamıştır. Üretimi yapan ülkenin yerli olmayan türleri ithal etmesi veya ülke içinde çiftliklerde yetiştirmesi özellikle istilacı yapıdaki türlerin kendilerine yayılacak yeni ortamlar bulmasına neden olur. Sazan, tilapya, salmon, afrika kedi balıkları gibi balıklar başarı ile kültüre alınırken bunların yetiştiricilik yapılan tesislerden sıklıkla kaçarak doğal ortamda popülasyon oluşturabilmeleri bu türlerin girdikleri ortamlarda istilacı özellik kazanmasını sağlamıştır. (Lever, 1998; De Silva vd., 2006).

3.1.2.Doğal Stokların Islahı-Geliştirilmesi

Kirlilik, aşırı avcılık, habitat değişimi ve stokta kalite kaybının söz konusu olduğu durumlarda stok miktarı azalan ekonomik balık türlerinin popülasyon miktarını artırmak ve geliştirmek için doğal stokların ıslahı ve zenginleştirilmesi yöntemine başvurulur. Ortamdaki sorunu gidermek amacıyla balıklandırma geçici veya sürekli yapılabilir. (Çetinkaya, 2006b; Cowx, 1998; Balık ve Ustaoğlu, 2006)

3.1.3. Yeni Su Kaynaklarının Balıklandırılması

Sucul bir ortam daha önce orada doğal olarak olmayan bir tür de dahil olmak üzere tür çeşitliliğini arttırma, besin zincirinde boş olan bir kademeyi (niş), eksik olan bir halkayı tamamlamak, değerlendirmek, yeni balıkçılık imkanları sağlamak ve mevcut balıkçılığa imkanlar oluşturmak için balıklandırılabilir. Bu amaçla kullanılan türler bölge ya da ülkenin yerli türlerinden olabileceği gibi egzotik türlerden de olabilir (Tarkan, 2013; Cowx, 1998).

3.1.4. Sportif Balıkçılık

Et kalitesi yüksek, sportif balıkçılık özelliklerine uygun balıkların ticari olmayan sebeplerle avlanması üzerine yapılan bu balıkçılık faaliyeti için sucul ortamların balıklandırması yapılabilir. Alabalıklardan *Oncorhynchus mykiss*, *Salmo trutta*, *Salvelinus fontinalis*, güneş balıklarından *Micropterus salmoides (geniş ağızlı levrek)*, kedi balıklarından ise, *Ameiurus melas*, *Ameiurus nebulosus*, *Ictalurus punctatus* ve *Silurus glanis* türleri bu amaçla kullanılırlar (Çetinkaya, 2006b; Tarkan, 2013).

3.1.5. Süs Balıkları Yetiştiriciliği ve Ticareti

Ticari amaçla ithal edilen tropikal kökenli (Güneydoğu Asya, Afrika ve Güney Amerika'dan) süs balıkları akvaryum ve havuzlarda yetiştirilmek üzere dünyanın pek çok yerine taşınmıştır. Bu türler doğal sulara kaçmaları halinde normal çevre koşullarına uyum sağlayamadıklarından popülasyon oluşturamazlar. Ancak bazı türler şartlar zorlu olsa da hayatta kalmayı başarıp, küçük de olsa popülasyonlar oluşturup zamanla fauna ve floraya zarar vermiştir. Bunun en iyi örneklerinden biri *Carassius auratus*' tur (Lever, 1998; Copp vd., 2010).

3.1.6. Biyolojik Mücadele

Ekosistemlerde istenmeyen organizmaları kontrol etmek amacıyla başka organizmaların kullanılması tercih edilen bir yöntemdir. Ülkemizde sucul ekosistemlerde 1920'li yıllarda sivrisinekle mücadele edilmesi için sivrisinek balığı *Gambusia holbrooki'nin* habitatlara aşılanmıştır (Özuluğ vd., 2013). Bu türün Türkiye'de sivrisinekler üzerinde tamamen etkili olmadığı ve ne yazık ki son yıllarda bazı yerlerde istilacı bir karakter sergileyerek habitatlar üzerinde zararlı olduğu gözlemlenmiştir. Sivrisinek balıklarının en önemli olumsuz etki mekanizması, bu balıkların ekosistem paylaşımında bulunduğu diğer türlerin besinlerine ortak olurken, aynı zamanda onların yumurtalarını ve larvalarını da tüketebiliyor olmalarıdır (Özuluğ vd., 2013; Kurtul ve Sarı, 2017).

3.2. Kazara transferler

İstilacı türlerin girmelerinin planlanmadığı sulara kazara, istenmeyen yollarla karışmalarıyla gerçekleşen bir yayılma şeklidir. Yetiştiriciliği yapılan bazı yabancı türlerin bulundukları ortamdan doğal ortamlara kaçarak doğal sulara adapte olup başarılı popülasyonlar yapması, balıklandırma esnasında hedef balıklarla beraber istemsiz olarak taşınması, bu türlerin bakımında kullanılan her türlü materyalin temizlenmeden doğal ortamlarda kullanılması ve yabancı türlerin canlı yem olarak kullanılması gibi göz ardı edilmemesi gereken sebeplerle istilacı türlerin yumurta ve larvaları yeni ortamlara giriş yaparlar. Gökkuşağı alabalıklarının çiftliklerden kaçarak çevredeki akarsulara yerleşmesi, Asya kökenli çakıl balığı, *Pseudorasbora parva*'nın Avrupa'ya Çin sazanı aşılamaları ile yayılması en iyi bilinen örneklerdendir (Gozlan vd., 2002). Bunlardan başka kamu veya özel alanlarda yapılan bilimsel çalışmalar sırasında deneme amacıyla ortama bırakılan veya kazara tesislerden kaçan birçok yabancı türün girdikleri ortamda istilacı olmaları, yerel türlerle melez oluşturarak zarar vermeleri de söz konusudur (Cirik ve Akçalı, 2002; Colombo vd., 1998). Araştırma tesislerinden kaçan bazı balıklardan da benzer şekilde popülasyon oluşturabilenleri olmuştur (örneğin; *Clarias gariepinus*) (Emiroğlu, 2011).

3.3. Doğal Bariyerlerin Kalkması

Birbirinden farklı koşullarda (sıcaklık, tuzluluk vs.) yaşayan türler ortamları arasında yer alan engellerin kaldırılması halinde karşılıklı geçişler yaparlar. Jeolojik devirlerde türlerin bir ortamdan başka bir ortama yer değiştirdiği bilinen bir gerçek olmakla beraber özellikle iklim değişiklerinin gerçekleştiği ve biyocoğrafik sınırların değiştiği dönemlerde bu geçişlerde artış olmuştur (Cirik ve Akçalı, 2002). Girdikleri yeni ortama adaptasyon sağlayabilen yabancı türler bu yeni habitatta yerli türlerle rekabete girerler ve çoğunlukla da bu savaşı kazanırlar. Örneğin, Akdeniz'de Süveyş kanalının açılması yeni türlerin yerleşimini kolaylaştırmıştır ve 2013 itibariyle Türkiye kıyılarında 33 familyaya ait toplam 55 lesepsiyen balık türünün varlığı doğrulanmıştır (Ergüden vd., 2013).

3.4. Gemiler

Rekreasyonel amaçlı her türlü su aracı ve teknelerin, ticari amaçlı kullanılan gemilerin yabancı istilacı türlerin yayılmasında bağlantısı vardır (Sharp vd., 2017). Birçok canlının yumurta ve larvası gemilerin sintine ve balast sularıyla veya geminin tabanına yapışarak yeni ortamlara girebilirler (Drake ve Lodge, 2007; Bailey, 2015; Ruiz vd., 2015). İstilacı türlerin taşınmasında sadece teknelerin değil bunları taşıyan römorklar, tekneyi bağlamak için kullanılan halat ve kablolar da etkilidir (Gallardo ve Aldridge, 2018).
Son olarak, ekolojik nişleri aynı olduğunda yerli türler ile yabancı türler rekabete girmekte, yabancı türler yerli türleri ortadan kaldırarak yerlerini alabilmektedir. Ayrıca yabancı türler çeşitli olumsuz yönleriyle (hastalık, parazit, zehir vd.) yerli türleri, balıkçılığı, yetiştiriciliği, turizmi ve denizel ulaşımı etkilemektedir.

4. İSTİLACI TÜRLERİN ETKİLERİ

Yabancı istilacı türler bir ortama girdiğinde sosyo-ekonomik ve ekolojik etkiler oluşturmaktadır.

4.1.Ekolojik Etkiler

Yabancı istilacı türler girdikleri yeni ortamlarda herhangi bir etki yapmadan ve fark edilmeden uzun yıllar kalabilirler. Adaptasyon evresini (lag fazı) geçirdikten sonra yoğun bir popülasyon oluşturabilirler (Simberloff, 2007). Predasyon, rekabet, hibrit oluşturma, hastalık taşınması gibi etkenler istilacıların tehlikeli etkileri arasındadır (Tarkan, 2013). Bu türler girdikleri ortamda ekonomik değeri olmayan bazı türlerin çoğalmasına, baskı uyguladıkları bazı ekonomik olan/olmayan türlerin ortamda azalmalarına hatta yok olmalarına sebep olabilir. İstilacı türler biyoçeşitliliğe zarar vermekte hatta bazı türlerin yok olmasında tek etken olmaktadırlar (Clavero ve Garcia-Berthou, 2005).

Balıklandırma yoluyla su kaynaklarına giriş yapan yabancı istilacı türler doğal ve yerli balıkları avlayarak beslendiklerinde bu türlerin ortadan kalkmasına ya da stoklarının olumsuz biçimde etkilenerek küçülmesine yol açabilir. İyi planlanmış ve dikkatle yapılan balıklandırma çalışmalarında dahi önemli ekolojik sorunlarla karşılaşılabilir (Copp vd., 2005). 1960'ların başlarında Nil Levreğinin (*Lates niloticus*) Viktorya gölüne aşılanması bu olumsuzlara verilecek en çarpıcı örneklerden biridir. Nil levreğinin göle girmesinin ardından göl, 200 kadar endemik türünü yitirmiş ve geriye kalan 150 tür de nesli tehlike altında olan türler listesine girmiştir (Hall ve Mills, 2000). Bazı türlerde herhangi bir türün balıklandırması yapılırken, onunla birlikte, amaç dışı olarak, kazayla aşılanmış ve yeni habitatlarda sorunlara yol açmıştır. Aşılama veya stoklama materyalinin temiz olmaması diğer türlerle bulaşık olması bu sonucu doğurmaktadır. Zambia da *Barbus luhonda* türünün yok olması Nil tilapyası *Tilapia nilotica* yanında aşılama materyali ile birlikte girmiş olan Viktorya çiklit balığı, sebebiyledir (Çetinkaya, 2006b).

Belirli bir habitatta ve üreme alanında genetik olarak ayrı karakterde olan türlerin hibrid oluşturması tatlı su ekosistemlerinde çok yaygındır. Bu çeşit bir melezlenme sınırlı dağılım alanına sahip türlerin popülasyonlarına ek bir baskı oluşturur ve genetik bütünlüğün zarar görmesine yol açar (Tarkan, 2013). Ayrıca doğal ortamdaki bazı türlerle benzer beslenme düzeylerine sahip istilacı balıklar ortamdaki besin ve yumurtlama alanları yüzünden rekabete girişirler ve bu rekabet yerli türlerin ortamdan uzaklaşmasına, azalmasına ve yok olmasına sebep olurlar.

Yabancı türlerin habitatlarda oluşturdukları değişim ekosistemin işleyişini ciddi anlamda etkilemektedir. (Vilizzi, 2012). Örneğin sazan (*Cyprinus carpio*) balıkları girdikleri sucul ortamlarda beslenmek amaçlı su bitkilerini

kopartır, sedimenti karıştırır, suda bulanıklığa ve suyun kalitesinin düşmesine neden olur. Bulanıklık fotosentetik faaliyetin sekteye uğramasına sebep olduğundan su içindeki bitkilerin büyüme ve gelişmesi zarar görür. Su bitkilerine bağımlı organizmaların miktar ve çeşidinde azalmalar, besin zincirinde görülen değişimlerle su ve toprak yapısında bozulmalar ve sonrasında büyük ekolojik sorunlar açığa çıkar. Sucul ortamda habitat bozulmasına yol açan bu türler yerel balıkları da olumsuz etkilerler.

İstilaların ekolojik etkilerden biri de aşılama yapılan balık bireyleri üzerinde bulunan zararlı organizmaların kıtalar, ülkeler arasında taşınmasıdır. Çok sayıda birey, gerekli tedbirler alınmadan yeni habitatlara girmekte, taşıdıkları hastalıkların bu yeni habitata yayılmasına yol açmaktadır. Gozlan vd., 2005'e göre İngiltere'de yerli balık türü olan *Leucaspius delineatus* bir mikroparazit olan *Sphaerothecum destruens*'den (*Pseudorasbora parva* türünden taşıyor) etkilenerek popülasyonlarında çok ciddi azalmalar görülmüştür.

4.2. Ekonomik Etkiler

İstilacı bir balığın habitatları tahrip etmesiyle biyoçeşitlilik ağır darbeler alırken balıkçılık, turizm, diğer ticari aktiviteler, sağlık alanlarında olumsuz ekonomik etkileri söz konusu olabilmektedir. Bu türlerin sebep oldukları zararlar milyon dolarlarla ifade edilmektedir. İstilacı türlerin popülasyonlarını iyi yönetebilmek, onlarla mücadele edebilmek için sadece ekolojik etkilerinin değil sosyo-ekonomik etkilerinin de artık göz ardı edilmemesi gerekmektedir (Mcneely, 2001).

Bazen sucul ortamlara balıklandırma amaçlı bırakılan yabancı türler, o bölge halkının tüketmeyi istemediği türler olabilir. Bu durumda bölgede bu canlıların yetiştiriciliği, pazarlaması ile ilgilenenler mali olarak zor durumda kalırlar (Elvira, 2001). Girdikleri ortamlara taşıdıkları hastalıklar, gen havuzunda oluşturacakları hasarlar yalnızca ekolojik değil bu sorunlara engel olma ve sorunların etkilerini ortadan kaldırma için yapılacak her türlü harcama yüzünden de sosyo-ekonomik olarak büyük tehdit oluştururlar. İstenmeyen türlerin ortama girişleri beklenmedik ekonomik kayıplara yol açmaktadır ve kontrol için daha da büyük masraflar ortaya çıkartabildikleri için bu türler dünya çapında oldukça önemli ekonomik etkiye sahiptirler. Örneğin Amerika, istilacı türlerin zararlı etkilerinden en fazla etkilenen ülkelerin başında gelmektedir ve yerel olmayan 50.000 tür yüzünden yaklaşık 137 milyar dolar ekonomik kayba uğradığı saptanmıştır (Pimentel vd., 2000). Büyük Göller Sistemi yıllık 4 milyar dolarlık bir pazara sahipken ve milyonlarca kişiye rekreasyonal balıkçılık imkanı sağlarken *Petromyzon marinus* türünün girişi bölgeyi zor duruma sokmuştur. Bu yabancı türün kontrolü ve araştırma giderleri için 10 milyon dolar, doğal balık stoklaması için ise bir diğer 10 milyon dolar harcama öngörülmüştür. Fakat bu kontroller ve harcamalar yapılmayıp yabancı tür kendi haline bırakılacak olursa yıllık kaybın 500 milyon doları bulacağı tahmin edilmektedir (Lovell ve Stone, 2005). Yabancı türlerin kontrolü ve ortadan kaldırılması için gereken maliyet ekonomik etkiler anlamında muhakkak dikkate alınması gereken bir konudur ve alıcı ekosistemde olası olumsuz çevresel etkileri de beraberinde getirebileceği hesaba katılmalıdır (Gozlan vd., 2010).

Yabancı türlerin ekonomik kazanç sağladığı örnekler de az değildir. Bu türler her ne kadar girdikleri ortamlarda yabancı ve istilacı özellikleriyle anılsalar da üretimini ve ticaretini yapan ülkeler için büyük bir ekonomik değer oluştururlar. Asya Kıtası'ndaki Afrika kökenli cichlid *Oreochromis* cinsine ait türlerin üretimi bu türlerin anavatanı olan Afrika Kıtası'ndaki çoğu yerden daha fazladır, Şili'deki aşılanmış salmonid türleri dünya salmonid üretimin yaklaşık %30'una karşılık gelmektedir (Gozlan vd., 2010). ABD'de yabancı türlerin neden olduğu ekonomik kayıplar yıllık 5.4 milyar doları bulsa da sportif balıkçılık yoluyla elde edilen yıllık kazanç 69 milyar dolar olarak hesaplanmıştır (Tarkan, 2013).

Bir ortamın, o ortamda yaşayan canlıların ve bunlardan fayda sağlayanların içinde yer aldığı bir takım maliyet analizlerini yapmak -sisteme ve onun ürünlerine değer biçilmemiş olmasından dolayı- çoğu zaman mümkün değildir. Yabancı türlerin ekonomik etkileri hakkında yapılan çalışmalar az ve yetersiz kalmaktadır. Dünyada sadece Amerika Birleşik Devletleri'nde bir dereceye kadar yapılan, Avrupa'da ise son yıllarda başlamasına rağmen oldukça dar bir ölçekte yürütülen sosyo-ekonomik analizler Türkiye'de yok denilecek kadar azdır.

5.YABANCI İSTİLACI TÜRLERLE MÜCADELEDE YASAL DÜZENLEMELER

Dünya'da yabancı istilacı türlerin sucul ekosistemlere yayılışında balıklandırma faaliyetlerinin etkin rol oynadığı bilinmektedir. Türkiye'de kayıtlara geçmiş ilk aşılama çalışmaları, 1920'lerde Hatay'ın Fransız işgalinde bulunduğu dönemde Fransızlar tarafından, Amik Gölü Bataklıklarına sivrisinek mücadelesi amacıyla sivrisinek balıklarının bırakılmasıdır (Özuluğ vd., 2013). Günümüzde 1380 Sayılı Su Ürünleri Kanunu'nun 13. ve 23.

maddeleri ve Su Ürünleri Yönetmeliğinin 16. maddesi gereğince, su ürünlerinin sulara bırakılması Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından yürütülmektedir.

5.1. Ulusal Mevzuat

5.1.1. 1380 sayılı Su Ürünleri Kanunu (1971)

Yürütülmesinden Tarım ve Orman Bakanlığı'nın sorumlu olduğu 1380 sayılı Su Ürünleri Kanunu 1971 yılında yürürlüğe girmiştir. Kanun, tüm sucul ekosistemleri (denizler ve içsular) su ürünleri istihsal sahası olarak kabul etmekte ve su ürünlerinin korunması, istihsali ve kontrolüne dair hususları içermektedir. Bu kanuna dayalı alt mevzuatlarda yabancı türlerin yayılmasını önlemeye yönelik bazı tedbirler yer almaktadır.

Su Ürünleri Kanunu'nun 9. 13. ve 23. Maddeleri ile her türlü su ürünleri denetim ve takip altına alınırken, sucul ortamlara yabancı türlerin kontrolsüz olarak girmesi ve yayılmasını önlemek de amaçlanmaktadır.

Bu maddeler;

Madde 9: *"İçsuların sulama, enerji istihsali gibi maksatlarla kullanılması halinde bu sularda mevcut su ürünlerinin yaşama, üreme, muhafaza ve istihsalini zarardan koruyacak tedbirlerin ilgililer tarafından alınması şarttır. Bu tedbirlerin nelerden ibaret olduğu Tarım ve Orman Bakanlığınca tespit olunur."*

Madde 13: "*Su ürünleri yetiştiricilik tesisleri kurmak isteyenler, Tarım ve Orman Bakanlığından izin almak zorundadır. Su ürünleri yetiştiricilik tesislerine ilişkin izinler; bu tesislere ait projenin sağlık, memleket ekonomisi, seyrüsefer, teknik ve ilmî bakımlardan mahzur taşımaması halinde Tarım ve Orman Bakanlığınca verilir."*

Madde 23: "*Sağlık, memleket ekonomisi, seyrüsefer, teknik ve bilimsel yönlerden bölgeler, mevsimler, zamanlar, su ürünleri cinsleri, çeşitleri, ağırlık, irilik, büyüklük gibi vasıflar bakımından konulacak yasak, sınırlama ve yükümlülükler yönetmelikle düzenlenir*" hükmü taşımaktadır. (Anonim,1971)

1380 sayılı Su Ürünleri Kanunu'nun 36'ncı maddesinde, mevzuat hükümlerine aykırılık durumunda uygulanacak idari yaptırımlar da yer almaktadır.

Yetiştiriciliğini yapmak amacıyla yabancı ve istilacı türleri gerekli izinleri almadan temin edenlere, yetiştiricilik tesislerinde bulunduranlara ve üretimini yapanlara 1380 sayılı Kanunun 36'ncı maddesinin (c) fıkrası ikinci bendine yer alan "*13. maddeye göre çıkarılan yönetmelik hükümlerine aykırı hareket edenlere idarî para cezası verilir."* 2018 yılı idari para cezalarına göre bu miktar 2,661 TL olarak belirlenmiştir. Yabancı ve istilacı türleri canlı olarak nakledenlere, su kaynaklarına bırakanlara, çeşitli şekillerde bu türlerin yayılmasını sağlayanlara 1380 sayılı Kanunun 36'ncı maddesi (h) fıkrasında yer alan " *23 üncü maddenin (a) bendi ile (b) bendinin birinci fıkrasına göre çıkarılan yönetmelik hükümlerine aykırı hareket edenlere, idarî para cezası verilir*." 2018 yılı idari para cezalarına göre bu miktar 1,322 TL olarak belirlenmiştir (Anonim, 1971).

5.1.2. Su Ürünleri Yönetmeliği (1995)

Su Ürünleri Yönetmeliği 1995'de Su Ürünleri Kanunu'na dayalı olarak hazırlanmıştır. Yönetmeliğin 16'ncı maddesinin 9'ncu fıkrasında "*Su ürünleri üretiminin ülke çapında kontrolünün sağlanabilmesi için; bunlara ait damızlık, yumurta, larva, yavru ve anaçlar ile sulardaki bitkilerin satışı, nakli, istihsal yerlerinde avlanması, toplanması ve her türlü tesislerde kullanılması, sulara bırakılması Bakanlığın iznine bağlıdır"* hükmüyle yabancı ve istilacı türlerin balıklandırma ve benzeri amaçlarla taşınmasının ve sulara bırakılmasının kontrol altına alınması amaçlanmıştır (Anonim, 1995).

5.1.3. 4/1 Numaralı Ticari Amaçlı Su ürünleri Avcılığını Düzenleyen Tebliğ (Tebliğ No: 2016/35)

Bu tebliğ Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından dört yılda bir yayınlanmakta, ticari amaçlı su ürünleri avcılığına ilişkin yer, zaman, tür, av araçları düzenlemelerinin yanı sıra su kaynaklarının korunması ile ilgili hükümleri içermektedir**.**

4/1 Numaralı Tebliğin 39'nci maddesi 1'nci fıkrası (b) bendi ile "*iç sularda parakete ile avcılıkta yem olarak canlı balık kullanılması*", bu balıkların doğaya aşılanarak yerleşmesi tehlikesi göz önünde bulundurularak yasaklanmıştır. Parakete adlı av aracında yem olarak canlı balık kullanılması avlanacak balıkları cezbetmekte ve av verimini artırdığı için tercih edilmektedir. Canlı yem olarak kullanılan balıkların farklı kaynaklardan temin

edilmesi ve bu türlerin balıkçılar tarafından bilinçli olarak taşınması ve sulara bırakılması istilacı türlerin yayılmasında rol oynamaktadır (Anonim, 2016a).

5.1.4. 4/2 Numaralı Amatör Amaçlı Su ürünleri Avcılığını Düzenleyen Tebliğ (Tebliğ No: 2016/36)

4/2 Numaralı Tebliğ ile spor maksatlı ve ticari amaçlar dışında olan su ürünleri avcılığının düzenlemeleri ele alınmaktadır. 4/1 Numaralı Ticari Amaçlı Su ürünleri Avcılığını Düzenleyen Tebliğ gibi dört yılda bir yayımlanan bu tebliğ yabancı ve istilacı türlerin yayılımının önlenmesi ve amatör balıkçıların istilacı türlerin zararları konusunda bilgilendirilmesi için bazı tanımlamalar ve düzenlemeleri de içermektedir.

İstilacı türlerin insan eliyle yayılması konusunda amatör balıkçılar etkili olmaktadır. Amatör balıkçılar tarafından kullanılan canlı yemlerin farklı su kaynaklarından temin edilmesi, bu türlerin bilinçli/bilinçsiz olarak taşınması ve sulara bırakılması istilacı türlerin yayılmasında rol oynamaktadır. 4/2 Numaralı Tebliğin "yemlik balıklar" başlıklı 8'inci maddesinde yemlik balık olarak kullanılan başlıca balık türleri tanıtılarak, 6. bendinde, "*iç sularda yemlik balıkların canlı olarak başka bir iç suya nakli*" yasaklanmıştır.

Tebliğin **"**İç sularımızdaki ekolojik açıdan **potansiyel sakıncalı balıklar**" başlıklı 10'uncu maddesinde, potansiyel sakıncalı balıklar (gökkuşağı alabalığı, turna, tatlısu levreği) tanıtılarak bu balıkların kontrolsüz ve izinsiz olarak canlı nakledilmesi ve başka kaynaklara bırakılması gerekçeleriyle açıklanarak yasaklanmıştır. Yine tebliğin "İçsularımızdaki ekolojik açıdan **zararlı balıklar**" başlıklı 11'inci maddesinde, iç sularımızdaki ekolojik açıdan zararlı balıklar tablo halinde verilmiş ve bu balıkların görüldüğü su kaynaklarının Bakanlığın (Tarım ve Orman) en yakın il veya ilçe müdürlüklerine, amatör balıkçılık dernekleri ya da federasyonlarına bildirilmesi istenmiştir. Türkiye'de başlıca yabancı ve istilacı balık türlerinden oluşan bu grup balıkların avcılığında boy-sayı limiti ve yasak sezon bulunmamaktadır. Bu balıkların canlı yem olarak kullanılması, bir içsudan başka bir içsuya taşınması yasaktır (Anonim, 2016b).

5.1.5. Su Ürünleri Genetik Kaynaklarının Korunması ve Sürdürülebilir Kullanımı Hakkında Yönetmelik

29.08.2012 tarih, 28396 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan bu yönetmelik, Türkiye iç su ve denizlerinde yaşayan su ürünleri genetik kaynaklarının tanımlanması, korunması, sürdürülebilir kullanımı için politika ve alt yapı oluşturulması ile ilgili usul ve esasları düzenlemeyi amaçlamaktadır.

Sucul ekosistemlere giren yabancı ve istilacı türler girdikleri ortamlarda mevcut türlerle genetik olarak etkileşime geçerek gen kaynaklarının zarar görmesine neden olabilirler. Sahip olduğumuz gen kaynaklarının tanımlamasının yapılmasıyla sularımızda yabancı istilacı türlerin genetik olarak sebep olduğu veya olacağı sıkıntılar daha net anlaşılacak olup bu bilgiler istilacı türlerle mücadelede önemli bir bilgi kaynağı olacaktır (Anonim,2012).

5.2. Uluslararası Mevzuat

5.2.1. Uluslararası Doğayı Koruma Birliği (IUCN)

Birlik 1948'de kurulmuş olup Türkiye 1993'te (devlet temsilcisi olarak bakanlığın üyeliği) üye olmuştur. IUCN'in görevi, doğanın ve çevrenin korunmasına yönelik uluslararası çabaları organize etmek ve politikalar geliştirilmesine katkıda bulunmaktır. 160'dan fazla ülke, 1200 den fazla sivil toplum kuruluşunun üye olduğu IUCN, üye ülkelere çevre politikalarının oluşturulmasında danışmalık hizmetleri vermesinin yanı sıra kırmızı listede bulunan ve nesli tehlike altında bulunan türlerin durumunun gözlem altında tutulması gibi konularda da hizmet vermektedir. Türkiye'den

–Doğal Hayatı Koruma Vakfı-WWF TR (STK),
–Doğa Derneği (STK)
–Türkiye Tabiatını Koruma Derneği (TTKD) (STK),
–Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı (TEMA) (STK),
–Ege ve Marmara Çevre Belediyeler Birliği, (STK)
–Kazdağı ve Madra dağı belediyeler birliği (KMBB),
–Kuzeydoğa derneği, birlik içinde yer almaktadır. (Anonim, 2018)

5.2.2. Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP)

1972 tarihinde Stockholm'de "İnsan Çevresine Dair Konferans" ile küresel çevre sorunlarına uluslararası alanda dikkatlerin çekilmesi sağlanmış ve çevreye ilişkin ilk uluslararası bildiri "Stockholm Bildirisi" yayınlanmıştır. Bildirinin ardından Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nun kararı ile çevre sorunlarına yardımcı olacak "Birleşmiş Milletler Çevre Programı" (UNEP) oluşturulmuştur. UNEP, kuruluşundan itibaren çevreye ilişkin çok önemli faaliyetlerde bulunmuş ve uluslararası çevre hukuku düzenlemelerinin merkezinde yer almıştır. UNEP, sadece çevreye ilişkin olarak oluşturulan ilk uluslararası kurumdur (Kayhan, 2013).

5.2.3. Ramsar Sözleşmesi (1975)

Sulak alanların dünya çapında korunması ve akılcı bir şekilde kullanılabilmesi için İran'ın Ramsar şehrinde 1971 yılında Uluslararası Sulak Alanların Korunması Sözleşmesi imzalanmıştır. Türkiye sözleşmeye 1994'de taraf olmuştur. Sulak Alanların Korunması Yönetmeliği ise 30 Ocak 2002 tarih ve 24656 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Yönetmelik ile Türkiye'deki sulak alanların, Ramsar Prensiplerine uygun olarak koruma ve kullanma ilkeleri belirlenmiştir. Sulak alanların kurutulması-doldurulması ve koruma bölgelerine ekolojik anlamda zarar verebilecek birçok faaliyet (dip tarama, çamur çekme vs.) yasaklanmıştır. Yabani bitki ve hayvan türlerinin toplanması, yabancı türlerin sisteme bırakılması gibi faaliyetlere kısıtlama ve yasaklamalar getirilmesi istilacı türlerin yayılmasını engellemede önem arz etmektedir (Anonim, 2014b).

5.2.4. Nesli Tehlike Altında Olan Yabani Hayvan ve Bitki Türlerinin Uluslararası Ticaretine İlişkin Sözleşme (CITES)

1973'de kabul edilen sözleşme 1975 de yürürlüğe girmiştir. Türkiye'de 22 Aralık 1996 da yürürlüğe girmiştir. "Nesli Tehlike Altında Olan Yabani Hayvan ve Bitki Türlerinin Uluslararası Ticaretine İlişkin Sözleşmenin Uygulanmasına Dair Yönetmelik" ise 2001 tarihinden yayınlanmıştır (27.12.2001 tarih ve 24623 Sayılı Resmi Gazete-revizyon 2004). Yönetmelik, ilgili sözleşme kapsamında yer alan hayvan ve bitki türlerinin sürdürülebilir kullanımını sağlamak için uluslararası ticaretlerinin kontrol altına alınmasına yönelik düzenlemeleri içermektedir (Anonim, 2001a).

5.2.5. Birleşmiş Milletler Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi (Rio, 1992)

Türkiye Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesini 1992'de imzalamış ve 29 Ağustos 1996 tarih ve 4177 sayılı Kanun ile onaylamıştır. 14 Mayıs 1997 yılında ülkemizde yürürlüğe giren sözleşme, biyolojik çeşitliliğin korunması, biyolojik kaynakların sürdürülebilir kullanımı, genetik kaynakların kullanımından kaynaklanan faydaların adil ve hakkaniyete uygun paylaşım ilkelerinin gerçekleştirilmesi konularında taahhütleri içerir. Bu sözleşme ile taraf ülkeler biyolojik çeşitliliğin ve doğal ekosistemin korunması için bazı tedbirler alacaklarını açıklamışlardır (Anonim, 1996).
Sözleşmenin 8'nci maddesinin (h) fıkrasında "*Akit Tarafların her biri mümkün olduğu ölçüde ve uygun biçimde*" ilkesi kapsamında "*Ekosistemleri, yaşam ortamlarını veya türleri tehdit eden yabancı türlerin girişini engelleyecek, bu türleri denetim altına alacak veya yok edecektir*" hükmü bulunmaktadır.

5.2.6. Bern Sözleşmesi (1979)-Avrupa'nın Yaban Hayatının ve Yaşam Ortamlarının Korunması

Türkiye tarafından 1984 yılında onaylanan Bern Sözleşmesinin amacı yabani flora ve faunayı ve bunların yaşam ortamlarını muhafaza etmek, özellikle birden fazla devletin işbirliği gerektiren durumlarda bu işbirliğini geliştirmektir. Bu çerçevede taraf ülkeler Avrupa Konseyi çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.
Bern Sözleşmesi dahilinde oluşturulan gruplardan biri "İstilacı Türler Uzman" grubudur (kuruluş: 1992). Grubun amacı, istilacı türlerin bölgesel anlamda kontrol altına alınabilmesi amacıyla özellikle ortak terminoloji ve tür listeleri oluşturarak taraf ülkelerde farklılık gösteren bilimsel, idari ve yasal düzenlemeleri birbirine uyumlu hale getirilmesidir (Anonim, 1984).

5.2.7. Akdeniz'in Kirliliğe Karşı Korunması Sözleşmesi (Barselona Sözleşmesi, 1976)

Akdeniz'in Deniz Ortamı ve Kıyı Bölgesinin Korunması Sözleşmesi-2004

Birleşmiş Milletler Çevre Programı'nın (UNEP), Akdeniz'in korunmasını hedefleri arasına almasıyla Akdeniz'e kıyısı olan ülkelerin ve Avrupa Birliği'nin katılımıyla, 1975 yılında Akdeniz Eylem Planı (AEP) oluşturulmuştur. AEP çerçevesinde yürütülecek olan faaliyetlerin hukuki dayanağını oluşturmak üzere hazırlanan "Akdeniz'in Kirliliğe Karşı Korunması Sözleşmesi" (Barselona Sözleşmesi) 16 Şubat 1976'da Barselona'da imzaya açılmıştır. 1978 de yürürlüğe girmiştir. Bu sözleşmeye bağlı yedi protokolden biri de "Akdeniz'de Özel Koruma Alanları ve Biyolojik Çeşitliliğe İlişkin Protokol" dür. 1995 yılında, deniz çevresinin yanı sıra, kıyı alanlarını da kapsayacak biçimde genişletilen Barselona Sözleşmesi "Akdeniz'in Deniz Ortamı ve Kıyı Bölgesinin Korunması Sözleşmesi" olarak değiştirilmiş olup, 2004 yılında yürürlüğe girmiştir. Türkiye, yeniden düzenlenen Barselona Sözleşmesi'ni 2002 yılında onaylamıştır.

5.2.8. Uluslararası Denizcilik Organizasyonu (IMO) Sözleşmesi (1958)

Uluslararası Denizcilik Organizasyonu (IMO) Sözleşmesi, deniz güvenliğinin arttırılması ve bu amaçla uluslararası mekanizmaların harekete geçirilmesi için 1948 yılında Birleşmiş Milletler Konferansında kabul edilmiş ve 1958 yılında yürürlüğe girmiştir. IMO, 1973 yılında gemilerden kaynaklanan deniz kirliliğini bütün ayrıntılarıyla görüşmek üzere düzenlediği bir konferansın sonucunda kirliliğin önlenmesi konusunda en ayrıntılı ve en önemli Uluslararası Sözleşme olan "Gemilerden Kaynaklanan Kirliliğin Önlenmesi için Uluslararası Sözleşme (MARPOL)" kabul edilmiştir. Bu Sözleşmede yalnızca petrolden kaynaklanan deniz kirliliği değil, kimyasallar, çöpler ve lağım suları gibi diğer zararlı maddelerden kaynaklanan kirlilik de ele alınmıştır. MARPOL Sözleşmesi, gemilerden denize bırakılabilecek sintine miktarını büyük ölçüde kısıtlamıştır. Hatta Akdeniz, Baltık Denizi, Karadeniz, Kızıldeniz vd. gibi belli duyarlı deniz alanlarında bunu tamamen yasaklamıştır (Ayan ve Baykal, 2010).

5.2.9. Birleşmiş Milletler Deniz Hukuku Sözleşmesi (1982)

Birleşmiş Milletler Deniz Hukuku Sözleşmesi denizlerle ilgili problemlere, çevresinin korunması ve sürdürülebilir kullanımına dair evrensel kurallara yer vermektedir. Sözleşmenin deniz çevresi konulu 7'nci bölümünün 196'ncı maddesinde, sözleşmeye taraf ülkelerin, kendi yetki alanlarında, yabancı ve yeni türlerin girişinin kontrol altına alınması için her türlü tedbiri alması yönünde düzenleme bulunmaktadır.

5.2.10. Karadeniz'in Kirliliğe Karşı Korunması Sözleşmesi (Bükreş Sözleşmesi, 1994)

Deniz ve kıyı kirliliği önemli boyutlara ulaşmış olan Karadeniz havzasında oluşan çevre sorunlarını çözebilmek ve bunun için gerekli olan uluslararası işbirliğini sağlamak için 21 Nisan 1992 tarihinde imzalanmış ve 15 Ocak 1994 tarihinde yürürlüğe girmiştir.
Sözleşmenin "Karadeniz'de Biyolojik Çeşitlilik ve Peyzajın Korunmasına İlişkin Protokolü" kapsamında yabancı türlerin veya genetik olarak değiştirilmiş olan türlerin bölgeye girişinin düzenlenmesi veya yasaklanması hedeflenmektedir.

5.2.11. Gemilerin Balast Suyu ve Sedimentin Kontrol ve Yönetimi Hakkında Uluslararası Sözleşme (2004)

Denizlerde yabancı türlerin taşınmasında etken olan gemi balast suları ve sedimentin kontrol edilerek yabancı türlerin taşınmasının önlenmesi hedefleyen Sözleşme 2004 yılında imzaya açılmıştır ve 8 Eylül 2017 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Sözleşmenin yürürlüğe girmesi, çeşitli nedenlerle 13 yıldan uzun sürmüştür.

5.2.12. Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) Sorumlu Balıkçılık İlkeleri (1995)

FAO, gerek gelişmiş ve gerekse gelişmekte olan ülkelerde açlıkla mücadelede ve yoksulluğun önlenmesinde uluslararası düzeydeki çabaların önderliğini yürütür. Bu görevin yanı sıra gelişmekte olan ülkelerin doğal kaynaklarını korumak suretiyle tarımsal kapasitelerini yükseltmek, ormancılık ve balıkçılık faaliyetlerini desteklemek, gıda güvenliğini temin etmek ve sürdürülebilirliğini sağlamak için çalışır. Türkiye 6 Nisan 1948'den beri FAO üyesidir. 31 Ekim 1995 tarihinde FAO Konferansı'nda Sorumlu Balıkçılık İlkeleri belirlenmiştir. Bu ilkeler; sucul canlı kaynakların çevre ile uyumlu olarak sürdürülebilir kullanımlarını ulusal ve uluslararası

girişimlerle belirlemek için temel kuralları kapsamaktadır. Toplam 12 maddeden oluşan ilkelerden yetiştiriciliğin geliştirilmesini ele alan madde 9.2.3'e göre "Devletler, yerli olmayan türlerin sınır ötesi su ekosistemlerine girmesinden önce, komşu ülkelere danışmalıdır". Ayrıca devletler, ekosistemlerin bütünlüğü için genetik çeşitliliği korumalı, yerli olmayan türlerin, genetiği değiştirilmiş türlerin yetiştiricilik için bile kullanılsalar yayılmalarına engel olmalı, mümkünse üretim çiftliklerinden kaçan türlerin yaratacağı genetik, hastalık ve diğer olumsuz etkileri en aza indirecek adımlar atmalıdırlar (madde 9.3.1.) (FAO,1995).

5.3. Avrupa Birliği Mevzuat

Çevrenin ve doğal ekosistemlerin korunması Avrupa Birliğinin temel hedeflerinden birisidir. Bu amaçla Avrupa Parlamentosu'nda Çevre Komitesi bulunmaktadır.
Türkiye'nin AB katılım sürecinde ulusal mevzuatının AB mevzuatına uyumlaştırılması için "Çevre" faslı 21 Aralık 2009 tarihinde Brüksel'de gerçekleşen Hükümetler arası Konferans'ta açılmıştır. 31 Aralık 2020 tarihine kadar geçerli olması öngörülen 7. Çevre Eylem Planı kapsamında öncelikli hedefler belirlenmiştir.

5.3.1. Yabani Hayvan ve Bitki Türleri ile Doğal Yaşam Alanlarının Korunması Direktifi (Habitat Direktifi- 92/43/EEC)

Kuş Direktifinin (79/409/EEC) bir tamamlayıcısı olarak 1992 yılında yürürlüğe giren ve Avrupa Birliği içerisinde doğal hayatın ve ekosistemlerin korunmasına yönelik temel bir direktiftir. Üye ülkeler doğal yaşam alanlarına ve yabani fauna ve floraya zarar gelmesine engel olacak şekilde düzenlenmeler hazırlayarak bu alanları korumayı hedeflemiştir. Hedefler, korumanın yanında onarım ve iyileştirmeyi de içermektedir.

5.3.2. Yabancı ve Yerel Olmayan Türlerin Su Ürünleri Yetiştiriciliğinde Kullanımı Hakkında Konsey Tüzüğü (708/2007/EC)

708/2007 sayılı tüzükle her bir taraf ülke, yerli türlere ve biyoçeşitliliğe zarar verdiği bilinen istilacı yabancı türleri kontrol altına almalı, girişlerine engel olmalı veya ortadan kaldırmalıdır. Bu tüzüğün uygulanabilmesi için açıklayıcı ve ilave tedbirleri içeren "708/2007 sayılı Konsey Tüzüğü'nün Uygulanması İçin Ayrıntılı Kuralların Belirlendiği Komisyon Yönetmeliği (535-2008/EC)" oluşturulmuştur.

5.3.3. İstilacı, Yabancı Türlerin Tanıtımı, Yayılmasının Önlenmesi ve Yönetimine İlişkin Avrupa Parlamentosu ve Konsey Tüzüğü (2013/0307/COD)

İstilacı ve yabancı türlerin yayılmasının önlenmesi, tanımlanması ve yönetimine için Avrupa Birliğine üye ülkelere sorumluluklar yükleyen kapsamlı bir tüzüktür. 2013 yılında konsey tüzüğü olarak yayınlanmıştır.

5.3.4. CITES sözleşmesinin gerekliliklerini yerine getiren, Ticaretinin Düzenlenmesi Yoluyla Yabani Fauna ve Flora Türlerinin Korunmasına İlişkin Direktif (EC-No 338/97)

Yabancı ve istilacı türlere ilişkin hükümler içermektedir.

5.4. Diğer Düzenlemeler

Avrupa Birliği'ne bağlı Avrupa Komisyonu'nun Mayıs 2011'de belirlediği "AB 2020 Biyolojik Çeşitlilik Stratejisi" toplam 6 hedefe sahiptir. Özellikle Hedef 5, 2020 yılına kadar, istilacı yabancı türler tanımlama, öncelikli türleri kontrol etme veya ortadan kaldırma ve yeni istilacı türlerin Avrupa biyoçeşitliliğini bozmasını önleme çalışmalarını içermektedir (European Commission, 2011).
29 Eylül 2014 tarihinde "İstilacı Yabancı Türler Tüzüğü" Avrupa Konseyinde kabul edilmiş olup 1 Ocak 2015 tarihinde 1143/2014 no'lu tüzük ile yürürlüğe girmiştir. İstilacı türlerin bir ortama girmesini önleyici tedbirleri almanın onlarla mücadelede oldukça etkili olduğu bu tüzükte belirtilmiştir (European Union, 2014).

5.5. Veri Tabanları

Yeryüzünün çevre sorunlarına dikkat çekerek farkındalık yaratmak için etkili olan uluslararası komisyon ve merkezler çözüm yolları bulunmasında rol oynarlar. Örneğin IUCN, ekolojik dengeyi bozabilecek sorunların farkına varılması ve bunlara çözüm oluşturulması adına bazı komisyonlar oluşturmuştur. Species Survival Commission (SSC) bunlardan bir tanesidir ve çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalan türlerin hayatlarına devam edebilmeleri için gerekli araştırmaları yapmaktadır. Ulusal ve uluslararası olarak ilgili birimler ve kişilerin fayda sağlayabileceği önemli bilgileri içeren sistemler birçok canlının genel özellikleri hakkında veri toplanmasında etkili olmaktadır. Biyolojik çeşitliliği korumak için GBIF (Küresel Biyoçeşitlilik Bilgilendirme Yapısı) gibi sistemlerin yanı sıra tüm balık türlerinin biyo-ekolojik özelliklerini içeren FİSHBASE, kuşların özelliklerini içeren AVIBASE gibi sistemler küresel olarak bilgi akışında aktif rol oynarlar.

Yalnızca istilacı balık türlerini ele alan bir veri tabanı olmamasına rağmen yabancı istilacı türlerin özellikleri ve etkileri hakkında elde edilen veriyi paylaşmak ve bu sayede bu türlerle etkin olarak mücadele edebilmek için hazırlanmış bazı veri tabanları vardır. Bunlar arasında küresel ölçekte bilgiyi içerenler olduğu gibi (örn; GISD-Global Invasive Database, Küresel İstilacı Tür Veri Tabanı; GISIN-Global Invasive Species Information Network, Küresel İstilacı Türler Bilgi Ağı) bölgesel olarak bilgiyi toplayanlar da vardır. Asya-Avrupa bölgesi için istilacı türleri konu alan (örn; REABİC), yalnızca Avrupa'daki istilacı türleri konu alan (Örn; EASIN, ERNAIS, DAISIE) bilgi ve araştırma veri ağları gibi sistemler bölgesel olarak bilgi akışında etkindirler. Türkiye' de doğrudan istilacı türlere dair bir veri tabanı olmamasına rağmen Ulusal Biyoçeşitlilik Veri Tabanı "Nuh'un Gemisi" vardır.

6.SONUÇ VE ÖNERİLER

Yabancı ve istilacı türler bir ekosisteme girip orada yaşayan endemik türler başta olmak üzere diğer türleri ve ekolojik dengeyi olumsuz etkilerler ve tüm bunların akabinde de ciddi sosyo-ekonomik problemlerin açığa çıkmasına neden olurlar. Bu problemleri engellemek ve ortadan kaldırabilmek için hızlı müdahale programlarını uygulamak gerekir. Öncelikle bu türler ve olası giriş yolları tespit edilmelidir. Yabancı olduğu fark edilen türlerin biyo-ekolojileri belirlenerek bu özelliklerine ve etkilerinin gücüne göre yöntemler seçilmeli ve sonra uygulamaya geçilmelidir (Tarkan, 2013). Varlığı tespit edilen istilacı türlerin ortadan kaldırılması etkili bir yöntem olmakla beraber bundan verim elde edilememesi halinde yayılmalarını engelleyici çalışmalar yapılmalıdır. Balıklandırma faaliyetleriyle sulara bırakılacak yabancı türlerin risk analizleri önceden yapılmalıdır. Bu analizlerle olumsuz etkiler değerlendirilir. Türlerin -var ise- yararlı etkileri de dikkate alınarak en doğru yönetim şekline karar verilir. Risk analizlerinde olumsuz etkileri yüksek çıkan türlerin daha en başından ortama girmesine engel olunmalıdır. Bu sayede biyoçeşitlilikte olumsuz etkiler yaşanmayacak ve mücadele için fazla harcamalar yapmaya gerek kalmayacaktır (Gozlan, 2008).

İstilacı yabancı türlerin girdikleri ortamlarda etkin hale gelinceye kadar olumsuz etkilerini tespit etmek ve anlamak zordur. Bu türlerin hızlı fark edilmeleri için bölgedeki amatör ve ticari balıkçılar, yetkililer ve halk tarafından, tanınıp bildirilmeleri gerekir. Bu sayede henüz baskın bir popülasyon oluşturmadan tespit edilmeleri sağlanacaktır. Tespit edilen istilacı türlere özel bir önem verilerek ulusal ve uluslararası bilgilendirme sistemleri yoluyla elde edilen bilgiler yaygınlaştırılmalıdır. Son yıllarda istilacı yabancı türlerin biyolojileri, ekolojik özellikleri ve etkileri konusunda ulusal ve uluslar arası çalışmalar artış göstermiş olmasına rağmen hala eksiklikler vardır. Sonuç olarak; bu eksikliklerin giderilmesi için daha fazla çalışma yapılması, ekolojik ve ekonomik kayıplar yaşamamak için yabancı türlerle mücadelede ortak hareket edilmesinin yaygınlaştırılması, bunun için yapılabilecek çalışmaların desteklenmesi ve en kısa sürede eylem planları uygulanması gerekmektedir.

7.KAYNAKÇA

Anonim, (1971). 1380 sayılı su ürünleri kanunu, T. C. Resmi Gazete tarihi: 4.4.1971, sayısı: 13799, http://www.mevzuat.gov.tr (son erişim: 08.09.2018)

Anonim, (1984). Avrupa'nın Yaban Hayatının ve Yaşam Ortamlarının Korunması. T. C. Resmi Gazete tarihi: 20 Şubat 1984, *Sayısı:* 18318

Anonim, (1995). Su ürünleri yönetmeliği. Resmi Gazete tarihi: 10.03.1995, Sayısı: 22223 http://www.mevzuat.gov.tr, (son erişim: 10.09.2018)

Anonim, (1996). Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi. Resmi Gazete tarihi: 27.12.1996, sayısı:22860.

Anonim, (2001a). Nesli tehlike altında olan yabani hayvan ve bitki türlerinin uluslararası ticaretine ilişkin sözleşmenin uygulanmasına dair yönetmelik. 27.12.2001 tarih ve 24623 Sayılı Resmi Gazete

http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.5427&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch (son erişim: 07.09.2018)

Anonim, (2001b). Türkiye ulusal biyolojik çeşitlilik ve eylem planı. http://www.turkiyesulakalanlari.com/sulak-alanlar/ (son erişim: 08.09.2018)

Anonim, (2014a). DSİ. Su kaynakları. http://www.dsi.gov.tr/toprak-ve-su-kaynaklari (son erişim: 04.09.2018)

Anonim, (2014b). Sulak Alanların Korunması Yönetmeliği. http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/04/20140404-11.htm (son erişim: 08.09.2018)

Anonim, (2012). Su ürünleri genetik kaynaklarının korunması ve sürdürülebilir kullanımı hakkında yönetmelik. Resmi Gazete Tarihi: 29.08.2012 Resmi Gazete Sayısı: 28396. http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/08/20120829-5.htm (son erişim:08.09.2018)

Anonim, (2016a). 4/1 numaralı ticari amaçlı su ürünleri avcılığını düzenleyen tebliğ (Tebliğ No: 2016/35), Resmi Gazete Tarihi: 13.08.2016, Sayısı: 29800, http://www.mevzuat.gov.tr (son erişim: 10.09.2018)

Anonim, (2016b). 4/2 numaralı amatör amaçlı su ürünleri avcılığını düzenleyen tebliğ (Tebliğ No: 2016/36), T. C. Resmi Gazete tarihi: 13.08.2016, Sayısı: 29800, http://www.mevzuat.gov.tr (son erişim: 10.09.2018)

Anonim, (2018). Uluslararası Doğayı Koruma Birliği (UICN). http://www.mfa.gov.tr/uluslararasi-dogayi-koruma-birligi-_iucn_.tr.mfa (son erişim:11.09.2018)

Ayan, M., Baykal, T. (2010). Uluslararası denizcilik organizasyonuna (IMO) bağlı, deniz çevresinin korunması alt komitesi (MECP) ve bu komitenin bir çalışma sahası olan "özel alanlar (SA) ve özel duyarlı deniz alanları (PSSA). *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 7(13),* 275 - 297

Aydın, H., Gaygusuz, Ö., Tarkan, A. S., Top, N., Emiroğlu, Ö. ve Gürsoy Gaygusuz, Ç. (2011). Invasion of freshwater bodies in Marmara Region (NWTurkey) by nonnative gibel carp, *Carassius gibelio* (Bloch, 1782). *Turkish Journal of Zoology*, 35, 829–836.

Atalay M. A., Toslak, C. (2013). Balıklandırma ve istilacı balık türleri ile ilgili ulusal-uluslararası mevzuat. *İstanbul Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*. 28:39-62

Bailey, S.A. (2015). An overview of thirty years of research on ballast water as a vector for aquatic invasive species to freshwater and marine environments. *Aquatic Ecosystems Health Management* 18, 261–268.

Balık S., Ustaoğlu M.R. (2006). Türkiye'nin göl, gölet ve baraj göllerinde gerçekleştirilen balıklandırma çalışmaları ve sonuçları. *I. Balıklandırma ve Rezervuar Yönetimi Sempozyumu, 07-09 Şubat 2006, Antalya.*

Chadderton, W.L., Grainger, N., Dean, T. (2001). Prioritising control of invasive freshwater fish in: managing invasive freshwater fish in New Zealand. Workshops Proceedings 10-12 May 2001, Hamilton. p. 171-174.

Cirik, Ş., Akçalı, B. (2002). Denizel ortama yabancı türlerin taşınıp yerleşmesi: biyolojik işgalin kontrolü, hukuksal, ekolojik ve ekonomik yönleri. E.Ü. Su Ürünleri Dergisi, 19 (3-4), 507-527.

Clavero, M., García-Berthou, E. (2005). Invasive species are a leading cause of animal extinctions, *Trends in Ecology and Evolution*, 20 (3), 110.

Colombo, L., Argenton, F., Vianello, S., Dalla Valle, L., Belvedere, P., Bortolussi, M. (1998). Applications of biotechnology in marine fish culture and their ecosystemic compatibility: the case of transgenic fish. *Biologia Marina Mediterranea*, 5, 421–432.

Copp, G. H., Bianco, P. G., Bogutskaya, N. G., Eros, T., Falka, I., Ferreira, M. T., Fox, M. G., Freyhof, J., Gozlan, R. E., Grabowska, J., Kovac, V., Moreno- Amich, R., Naseka, A. M., Penaz, M., Povz, M., Przybylski, M., Robillard, M., Russell, I. C., Stakenas, S., Sumer, S., Vila-Gispert, A., Wiesner, C. (2005). To be, or not to be, a non-native freshwater fish? *Journal of Applied Ichthyology*, 21, 242–262.

Copp, G.H., Vilizzi, L., Gozlan, R.E. (2010). The demography of introduction pathways, propagule pressure and non-native freshwater fishes occurrences in England, *Aquatic Conservation: Marine and Freshwater Ecosystems* 20, 595–601.

Cowx, I.G. (1998). Stocking Strategies: issues and options for future enhancement programmes. In stocking and

introduction of fish. (Ed. I.G. Cowx). Fishing News Books, Oxford p 3-13.

Çetinkaya, O. (2006a). Türkiye sularına aşılanan veya stoklanan egzotik ve yerli balık türleri, bunların yetiştiricilik balıkçılık, doğal populasyonlar ve sucul ekosistemler üzerindeki etkileri: veri tabanı için bir ön çalışma. *I. Balıklandırma ve Rezervuar Yönetimi Sempozyumu, 07-09 Şubat 2006, Antalya.*205-235 s.

Çetinkaya, O., (2006b). Su kaynaklarında balıklandırmanın yol açtığı biyoçeşitlilik azalması ve biyo-istila problemleri, I. Balıklandırma ve Rezervuar Yönetimi Sempozyumu, Antalya. 11-24s.

Çiçek, E., Birecikligil, S. S., Fricke, R. (2015). Freshwater fishes of Turkey: a revised and updated annotated checklist. *Bıharean Bıologıst* 9 (2), 141-157.

De Silva, S. S., Nguyen, T. T. T., Abery, N. W., Amarasinghe, U. S. (2006). An evaluation of the role and impacts of alien finfish in Asian inland aquaculture, *Aquaculture Research,* 37, 1–17.

Didham, R. K., Tylianakis, J. M., Hutchison, M. A., Ewers, R. M., Gemmell, N. J. (2005). Are invasive species drivers of ecological change?. *Trends in Ecology & Evolution* 20 (9), 470–474.

Diler, Ö., Didinen, B.I. (2006). Ekzotik türlerin akuatik ekosistemlere etkileri. *1.Balıklandırma Ve Rezervuar Yönetimi Sempozyumu.* 07-09 ŞUBAT 2006, Antalya. 95-104.

Drake, J.M., Lodge, D.M. (2007). Hull fouling is a risk factor for intercontinental species exchange in aquatic ecosystems. *Aquat Invasions* 2, 121–131.

Durnil, G.K., Fulton, E.D., Krueger, C.C. (1990). Les espèces exotiques et la marine marchande: une menace pour l'écosystème des Grands lacs et du Saint-Laurent. Rapport spécial présenté aux gouvernements des Etats-Unis et du Canada. Commission mixte intemationale et Commission des pëcheries des Grands lacs publ., l-56, Canada.

Ekmekçi, F. G., Kırankaya, Ş.G., Gençoğlu, L., Yoğurtçuoğlu, B. (2013). Türkiye içsularındaki istilacı balıkların güncel durumu ve istilanın etkilerinin değerlendirilmesi. *İstanbul Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi.* 28, 105-140.

Ehrenfeld, J. G. (2010). Ecosystem consequences of biological invasions. *Annual Review of Ecology, Evolution, and Systematics*, 41, 59–80.

Elvira, B. (2001). Identification of non-native freshwater fishes established in Europe and assessment of their potential threats to the biological diversity. Convention on the conservation of European wildlife and natural habitats. *Council of Europe T-PVS (2001) 6,* 35p.

Emerton, L., Howard, G. (2008). A toolkit for the economic analysis of invasive species. Global Invasive Species Programme, Nairobi, 110 p.

Emiroğlu, Ö. (2011). Alien fish species in upper Sakarya River and their distribution, *African Journal of Biotechnology*, 10, 16674–16681.

Ergüden, D., Filiz, H, Turan, C. (2013). Türkiye denizlerindeki Hint Pasifik kökenli lesepsiyen balık türlerinin 2013 revizyonu ve geçiş yolları. MKÜ Denizcilik Meslek Yüksekokulu. 16. Sualtı Bilim ve Teknolojisi Toplantısı, 2-3 Kasım 2013, 34-44s.

European Commission, (2011). Our Natural Capital: An EU Biodiversity Strategy to 2020. http://ec.europa.eu/environment/nature/biodiversity/strategy/index_en.htm#stra (son erişim: 08.09.2018)

European Union, (2014). Regulation (EU) No 1143/2014 of the European Parliament and of the Council of 22 October 2014 on the prevention and management of the introduction and spread of invasive alien species. Brussels. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1417443504720&uri=CELEX:32014R1143 , (son erişim: 05.09.2018)

FAO, (1995). Food and agriculture organization of the united nations. Code of Conduct for Responsible Fisheries. http://www.fao.org/3/a-v9878e.htm, (son erişim: 09.09.2018)

Fricke, R., Bilecenoğlu, M., Sarı, H.M. (2007). Annotated checklist of fish and lamprey species (Gnathostomata and Petromyzontomorphi) of Turkey, including a Red List of threatened and declining species. Stuttgarter Beiträge zur Naturkunde, Serie A (Biologie) 706p.

Gallardo, B., Aldridge, D.C. (2018). Inter basin water transfers and the axpansion of aquatic invasive species. *Water Research*, 143, 282-291.

Gozlan, R. E., Pinder, A. C. ve Shelley, J. (2002). Occurrence of the Asiatic cyprinid *Pseudorasbora parva* in England, *Journal of Fish Biology*, 61, 298–300.

Gozlan, R. E., St-Hilaire, S., Feist, S. W., Martin, P., Kent, M. L. (2005). Biodiversity – disease threat to European fish, *Nature,* 435, 1046.

Gozlan, R. E., Britton, J. R., Cowx, I. G. ve Copp, G. H. (2010). Current knowledge on non-native freshwater fish introductions, *Journal of Fish Biology*, 76, 751–786

Hall, S.R., Mills, E.L. (2000). Exotic species in large lakes of the world. *Aquatic Ecosystem Health and Management*, 3, 105-135.

Hermoso, V., Clavero, M., Blanco-Garrodo, F., Prenda, J. (2011). Invasive species and habitat degradation in ıberian streams: an analysis of their role in freshwater fish diversity loss. *Ecological Applications* 21 (1), 175–188.

Kayhan, A.K. (2013). Birleşmiş milletler çevre programı üzerine bir inceleme. Public and Private International Law Review, 33(1), 61 – 90.

Keller, R. P., Lodge, D. M. (2007). Species invasions from commerce in live aquatic organisms: problems and possible solutions, *Bioscience*, 57, 428–436.

Kettunen, M., Genovesi, P., Gollasch, S., Pagad, S., Starfinger, U., ten Brink, P., Shine, C., (2008). Technical support to EU strategy on invasive species (IS) - Assessment of the impacts of IS in Europe and the EU (Final module report for the European Commission). *Institute for European Environmental Policy* (IEEP), Brussels, Belgium. 40 pp.

Kurtul, I., Sarı, H.M. (2017). İstilacı *Gambusia* türlerinin (*gambusia holbrooki* ve *g. affinis*) özellikleri, türkiye'deki durumları ve oluşturdukları ekolojik riskler. *LIMNOFISH-Journal of Limnology and Freshwater Fisheries Research* 3(1),51-60.

Küçük, F., Sarı, H. M., Demir, O., Gülle, İ. (2009). Review of the ichthyofaunal changes in Lake Eğirdir between 1915 and 2007, *Turkish Journal of Zoology*, 33, 277–286.

Lever, C. (1998). Introduced Fishes: An overview In Stocking and Introduction of Fish (Ed. I.G. Cowx) Fishing News Books, Oxford p. 143-152.

Lintermans, M., (2004). Human-assisted dispersal of alien freshwater fish in Australia, *New Zealand Journal of Marine and Freshwater Research*, 38, 481–501.

Lockwood, J. L., Hoopes, M. F., Marchetti, M. P. (2008). Invasion Ecology, Blackwell Publishing, UK.

Lodge, D. M. (2001). Lakes. In Global biodiversity in a changing environment: scenarios for the 21st century. Springer, New York, NY.

Lovell, S. J. ve Stone, S. F. (2005). The economic impacts of aquatic invasive species: a review of the literature, *in Agricultural and Resource Economics Review. Washington, DC: U.S*, Environmental Protection Agency, National Center for Environmental Economics.

Marbuah, G., Gren, I., McKie, B. (2014). Economics of harmful invasive species: a review. Diversity, 6(3), 500-523. doi:10.3390/d6030500.

McDowall, R., (2006). Crying wolf, crying foul, or crying shame: alien salmonids and a biodiversity crisis in the southern cool-temperate galaxioid fishes?. Reviews in Fish Biology and Fisheries, 16, 233–422.

McNeely, J. A. (2001). An introduction to human dimensions of invasive alien species. In *The Great Reshuffling: Human Dimensions of Invasive Alien Species*. Gland: IUCN.

Özuluğ, M., Saç, G., Gaygusuz, Ö. (2013). İstilacı özellikteki *Gambusia holbrooki, Carassius gibelio* ve *Pseudorasbora parva* (Teleostei) türleri için Türkiye'den yeni yayılım Alanları. *İstanbul Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi.* 28, 1-22.

Özdemir, G., Ceylan, B. (2007). Biyolojik istila ve Karadeniz'deki istilacı türler. SÜMAE YUNUS Araştırma Bülteni, 7, 3.

Pimentel, D. Zuniga, R., Morrison, D. (2005). Update on the environmental and economic costs associated with alien-invasive species in the United States. *Ecol Econ* 52, 273–288.

Ruiz, G.M., Fofonoff, P.W., Steves, B.P., Carlton, J.T. (2015). Invasion history and vector dynamics in coastal marine ecosystems: a North American perspective. *Aquat Ecosyst Health Manage* 18:299–311

Sala, O. E., Chapin III, F. S., Armesto, J. J., Berlow, R., Bloomfield, J., Dirzo, R., Huber-Sanwald, E., Huenneke, L. F., Jackson, R. B., Kinzig, A., Leemans, R., Lodge, D., Mooney, H. A., Oesterheld, M., Poff, N. L., Sykes, M. T., Walker, B. H., Walker, M., Wall, D. H. (2000). Global biodiversity scenarios for the year 2100, *Science*, 287, 1770–1774.

Sharp, R. L., Cleckner, L. B., DePillo, S. (2017). The impact of on-site educational outreach on recreational users' perceptions of aquatic invasive species and their management. *Environmental Education Research*,. 23(8), 1200–1210 https://doi.org/10.1080/13504622.2016.1174983

Simberloff, D. (2007). Given the stakes, our modus operandi in dealing with invasive species should be "guilty until proven innocent." *Conservation Magazine,* 8, 18–19.

Tarkan, A. S., Gaygusuz, Ö., Gürsoy Gaygusuz, Ç., Saç, G. ve Copp, G. H., (2012). Circumstantial evidence of gibel carp, *Carassius gibelio*, reproductive competition exerted on native fish species in a mesotrophic reservoir, *Fisheries Management and Ecology*, 19, 167–177.

Tarkan, A.S. (2013). Yabancı tatlısu balıklarının dünyada ve türkiye'de giriş yolları, etkileri ve korunma yöntemleri. *İstanbul Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi.* 28, 63-104.

Tarkan, A.S., Marr, S.M., Ekmekçi, F.G. (2015). Non-native and translocated freshwater fish species in Turkey. *FiSHMED Fishes in Mediterranean Environments* 2015.003: 28p

Thys van den Audenaurde, F.E.D. (1994), Introduction of aquatic species into Zambian waters, and their importance for aquaculture and fisheries. FAO Tech. Rep. ALCOM Field Doc. No. 24 Rome, 26 p.

Vilizzi, L. (2012). The common carp, Cyprinus carpio, in the Mediterranean Region: Origin, distribution, economic benefits, impacts and management, *Fisheries Management and Ecology*, 19, 93–110.

Yılmaz, E., Yılmaz, A., Arslan, D. (2011). İçsularımızda yapılan balıklandırma çalışmaları ve sonuçları. *Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi*. 4(1), 15-17.

Estımatıon of the Impact of Local Productıon on the Local Consumptıon of Organıc Products in Bulgarıa

assist. prof. Dora Doncheva Ph.D. 1 **assist. prof. Georgi Aleksiev Ph.D. 2**

1Trakia university, Faculty of Economics, Department of Economics, dora.doncheva@uni-sz.bg

2 Trakia university, Faculty of Economics, Department of Management, georgi.alexiev@gmail.com

Abstract: Organic farming in Bulgaria has grown in size and impact in later years. From 2014 to 2017 Bulgaria has risen to the top of the EU organic production charts for several products (mainly aromatic oils and honey). During the same period organic consumption has improved with steady rates, although disproportionate to the production growth. This inconsistency calls for an estimation of the impact of local production on the local consumption of organic products in Bulgaria.

The aim of this study is to estimate the impact of local production on the local consumption of organic products in Bulgaria, based on original methodology tested on data from centralized sources.

To achieve this goal the study must solve the following tasks: to evaluate the production and consumption of Bulgarian organic products form 2014 onwards; to estimate the impact of local production on the local consumption of organic products in Bulgaria.

Key Words: organic agriculture, GIS, production potential, competitiveness

1. INTRODUCTION

The world's market of bio-products has grown steadily by 10-15% on an annual basis. For the past 15 years, the organic market has grown almost fourfold to $ 81.6 billion by 2015, with more than 38% ($ 31.1 billion) accounted to the European market (Willer and Lernoud, 2017). Led by global trends, Bulgarian producers are striving to increase their farming area and organic production.

At the same time, the dynamic development of the bio-market forms a shortage of raw materials for the production of bio-products, which is obviously benefiting the Bulgarian bio-producers, exporting over 80% of the produced bio-production, mainly in Germany, followed by France, the United Kingdom, Italy and Switzerland (Willer and Lernoud, 2017).

Organic farming in Bulgaria has grown in size and impact in later years. From 2014 to 2017 Bulgaria has risen to the top of the EU organic production charts for several products (mainly aromatic oils and honey). During the same period organic consumption has improved with steady rates, although disproportionate to the production growth. This inconsistency calls for an estimation of the impact of local production on the local consumption of organic products in Bulgaria

Despite the increased role of organic farming in the country and the fast pace of development of the Bulgarian bio-market, the consumption of these products by Bulgarian consumers remains weak and a large part of them is destined for export. At the same time, the national market is characterized by relatively low levels of supply of bio-products.

The aim of this study is to estimate the impact of local production on the local consumption of organic products in Bulgaria, based on original methodology tested on data from centralized sources. The study is part of Project № M05 / 4 "Production potential and local consumption of organic products from animal breeding in the South-East region" funded by the Scientific Research Fund of the Ministry of Education of the Republic of Bulgaria under the research funding of young scientists - 2016

2. STATUS AND DEVELOPMENTS OF ORGANIC FARMING IN BULGARIA

Area under organic farming is increasing in the European Union and in Bulgaria, mostly thanks to public support from the EU's Common Agricultural Policy (CAP). In the beginning of 2016 the areas under organic farming in Bulgaria have increased to 160 620 hectares, or 4 times increase since 2012 (Table 1).

Table 1: Area occupied by organic production in Bulgaria by 2012-2016

Area by organic production	2012	2013	2014	2015	2016
Total area under organic production	39138	56287	47914	118552	160620
-passed the period of transformation	11974	15161	15170	21539	36137
-in the period of transformation	27164	41126	32744	97013	124484
Arable crops	6765	9336	9876	20873	30512
Aromatic plants and herbs	3378	6536	5577	11456	18089
Fruit and vegetables		1037	1134	1847	3664
Meadows and pastures		15476	12089	31796	38736
Permanent crops	10959	16885	9442	25946	33174

Source: Eurostat

The main crops grown organically in Bulgaria are arable crops (cereals, industrial crops and green fodder); permanent crops (fruit trees, berries, olives and vines) and the meadows and pastures. In 2012, permanent crops have been around 25%, meadows and pastures, about 20% and arable crops - 50% (Table 1). In 2016, plantations respectively decrease to 20%, meadows and pastures -23% and arable crops by 18%.

The rate of increase of the areas in the control system has outpaced the rate of increasing the number of organic producers in the period from 2006 to 2012, due to the slow response on the part of these farmers and processors to the specific requirements of this type of production. The main factor influencing this process and the rise in the number of holdings, included in the control system of organic farming, is the nature of some parts of the sectors that does not require the presence of significant areas of production deployment. The process is balanced in the period from 2012 to 2016, in which the size of the holdings increases.

The consolidation of Bulgarian agrarian sector and specialization in the production of grain and arable crops, determine the main role of large-scale farms. This contributes to the small share of bio-farms in the total agricultural production of the country. The strict regulatory requirements do not allow for the deployment of large-sized farms and, in some cases, the legal framework makes it completely impossible. Due to this fact, there are a number of problems in front of the biological production typical for small agricultural holdings – statutory inability for the direct supply of small quantities of raw materials and food products may not have significant positive effect on small farms, as the set requirements imply carrying out significant additional costs (Balieva, 2015).

In organic livestock, production has also formed a positive trend, according to the data presented in Table 2.

Table 2 : Animals in the control system (organic production)

Kind of Animals	2012	2013	2014	2015	2016
Horses	9		0	212	307
Cows	328	535	789	1777	2906
Pigs	0	0	0	37	92
Sheep	9175	7894	7250	18792	26809
Goats	2831	3235	3201	5381	8242
Poultry	0	500	500	3041	3926
Bee families	85346	117360	89553	178331	236462

Source: Eurostat

The most serious is the share of apiculture colonies with organic production, as in 2016 onwards more than ¼ of them are included in the control system, which ranks the country fourth in the world in number of bee colonies with organic production through 2015 (FiBL & IFOAM).

Biological production in Bulgaria is marked by fast pace of development in the period past 2012, which places the country in seventh place in the world in areas with organized organic production methods according to the data from the survey of FiBL (IFOAM & 2015).

The European market for organic products in the period from 2000 until now has grown about 8 times, while the area under cultivation for organic farming in the EU has increased during this period about 4 times. The gap between production and demand for organic products in the EU is covered by imports. The consequence of these missed opportunities for EU producers, the market for organic products is limited and the environmental benefits are limited.

By 2015 the processing industry for organic agricultural products in Bulgaria is underdeveloped and that's one of the reasons for the low levels of supply of local bio-foods. The change in this trend is observed at the end of 2015 and beginning of 2016, when the number of processors increase sharply, due mainly to the EU investment in the form of CAP's social support for farmers and increased consumer demand (Table 3). The main products processed in Bulgaria are yoghurt, cheese, honey, bakery, wine, herbs and tea.

Table 3: Number of Processors of Organic Products 2008-2015

Type of processors	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Certified manufacturers of organic foods	-	-	-	-	-	-	-	250
Processors of fruits and vegetables	16	29	21	22	29	21	20	45
Processors of grains	0	1	2	2	2	0	1	24
Processors of dairy products	3	3	5	7	7	9	14	26
Processors of meat products	0	0	0	0	0	1	1	5
Processors of bakery products	0	0	0	1	8	4	10	20
Processors of other foods	10	13	16	9	26	45	70	83
Processors of beverages	0	0	0	0	6	6	15	22
Processors of wine	0	0	0	0	5	2	4	14

Source: Eurostat

The improved economic situation in the country and the increase in average income in 2014 - 2016 have promoted an interest and increasing the popularity of adoption of healthy eating habits and led to increased consumption of organic food. Current market trends can be summed up in a few key points:

- The breakthrough on the market in the 2014-2015 was that it involved not only households with the highest income looking for high-quality products, but also those with average earnings who attempts to follow a healthy lifestyle and are concerned about unhealthy additives or preservatives in traditional products available in the market;
- All types of retail channels recorded sales growth of organic products. Improved consumer demand stimulates retailers to pay more attention to the share of organic products. This supply channel increased from 44.5% in 2010 to 61.4% in 2015 (Table 4). This leads to better consumer awareness, especially concerning the labelling. All retail chains already have special spaces organized for organic food, some market players are making a special effort to highlight these areas by improving the diversity of organic food;
- The main challenge remains the level of income of consumers. Organic food prices often are higher than their conventional equivalents and prices are considered to be inaccessible to a large part of the population. The higher prices of organic products form a barrier for the rapid penetration of the market and the rapid growth of sales.

Sales of organic food have been assessed in 2015 to be 30 million euro ($17 million), 7% more than 2014 (table 5). Growth for the period from 2010 to 2015 was impressive - 73%. The estimated sales for 2016 are about 31.6 million ($17.5 million) or 5.3 percent more than in 2015 and can reach up to 33.3 million EUR ($18.5 million) in 2017 (*still no definitive data are available for the years 2017 and 2018*). The estimated levels of sales of organic products in Bulgarians should reach 39 million EUR by 2020. This would constitute a growth of 30% over a 5 year period (2015-2020).

Most estimates of the market size for organic foods put them at a level of 1% of the total food market, even though official data fail to support this claim due to lack of adequate reporting of sales of organic products on the national market in Bulgaria. Sales of organic baby food constitute the largest share in the sales of organic products - 36% in 2015 (table 4). Traded levels have increased and in 2015, with 63 percent more than in 2010,

and with 7% more compared to 2014. The existence of well-established manufacturers in this segment with reliable and high quality products helps to maintain the high levels of demand. The market leader in this category support prices of organic baby foods that are only slightly higher than that of conventional equivalents, and this strategy has attracted a growing number of consumers. The category of milk and dairy products is the second after the baby foods with an 18% share of the total sales of organic foods in 2015, when these sales were 10% more compared to 2014 and 54% more than in 2006.

Table 4: Distribution of Organic Packaged Food Format by 2013-2015

Type of retail channel	2013	2014	2015
Grocery Retailers	98.80 %	99.00%	99.00%
Modern Grocery Retailers	57.30%	58.60%	61.40%
Convenience Stores	4.60%	4.40%	4.40%
Discounters	27.30%	28.30%	28.60%
Hypermarkets	0.80%	0.80%	1.00%
Supermarkets	23.00%	23.60%	26.00%
Traditional Grocery Retailers			
Small Independent Grocers	25.20%	23.90%	20.90%
Other Grocery Retailers	16.3%	16.5%	16.8%
Internet Retailing	0.2%	0.2%	0.2%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

Source: Euromonitor

Through 2015 the best performing organic products are chilled processed meat and seafood with a growth of 24%. All of these products are imported and only represent 1% of the total sales of organic products. The Bulgarian consumers of organic foods have the high preference for vegetarian diet and this is the reason for the slow development of this product category (Euromonitor, 2016).

Organic beverages are an emerging category of organic products on the Bulgarian market. Their prices are high, often exceeding by 300-500% those of their conventional equivalents. Bio cocoa, coffee and energy drinks are most common on the market. Users are not very familiar with organic drinks, they often seek a healthier lifestyle and prefer to buy freshly squeezed juices with a reduced sugar content and low calorie value or mineral water and for this reason sales are unlikely to develop rapidly in the future without further marketing efforts.

Rapid pace of development is expected in sales of organic dairy products, apiculture products, wine and pasta. These products are delivered from both domestic producers and imports, allowing more competition, diversity, differentiation and brand promotion. The trend of expanding purchases of fresh fruit and vegetables will continue to evolve.

Table 5: Sales of Packaged Organic Foods by Category 2010-2015 ($ mil.)

Category of organic packaged foods	2011	2012	2012	2013	2014	2015
Organic Baby Food	3.7	3.8	4.9	5.3	5.6	6.1
Organic Bakery Products	1.3	1.4	1.6	2	1.9	2.1
Organic Snack Bars, Cereals	0.4	0.7	0.8	0.8	0.9	0.9
Organic Dairy products	1.9	2	2.3	2.5	2.7	3
Organic Condiments	NA	NA	NA	1.4	1.4	1.4
Organic Pasta and Noodles	0.9	0.9	1.1	1.2	1.2	1.3
Organic Spreads	1	1	1.2	1.2	1.3	1.4
Organic Sweet and Savory Snacks	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3
Organic Packaged Food	9.6	10.3	12.05	14.4	15.5	16.7

Source: Euromonitor

There are optimistic future prospects for higher sales of more processed organic products that are built on the already popular basic organic products. For example, the category of dairy products will probably have more sales of dairy desserts or ice cream in addition to the yogurt and cheese; the value of sales of organic breads is likely to be added to cakes and pastries. Diversity becomes extremely important and suppliers will likely offer new products.

The first five companies that produce organic foods, form 54% of sales through 2015. The market is fragmentary and most players are small companies, whose market shares are less than 1%. This is not favorable for its development and competitiveness, as the market lacked price competition and maintain higher prices.

International producers have a very strong presence in the market, at least 36% in 2015 according to the data of Euromonitor and around 60% according to other sources. This is related to the fact that local suppliers often cannot produce sufficient quantity and quality of the products and they do not meet the requirements of consumers, which does not allow them to build their brands to enter retail channels and to expand. Another reason is that customers tend to trust more often the foreign certified organic products than the local ones.

Bulgarian organic products are cheaper than imported equivalents and it is likely that with the growing variety of products the pricing model will change.

The EU and the United States are the main markets for Bulgarian exports of organic products. Often local organic products enter the U.S. market as constituents of products produced in other EU countries. Over the past two years efforts have been made to promote exports to new markets such as Canada, China, Japan, Korea and Vietnam.

Current trends in trade with organic products are the following:

- Most organic crops are exported, due to a lack of sufficient local demand and/or lack of local processors. However, due to improved consumer demand and supply of processed products, exports of organic products declined from 90% - 95% of the total production in the past (2012-2014) up to 80% in 2015/2016;
- Local industry calls on the Bulgarian Government for the deployment of a national strategy to put more emphasis on the promotion of exports of organic products with added value, rather than raw materials;
- The main obstacle to exportation is the lack of a proper marketing. Organic producers are usually small businesses and lack adequate forms of unification, making it harder for their direct access to the national market. Current promotional activities are not always successful;
- Organic grain production and organic production of grapes reported high levels of local demand for processing of bakery products (and/or to fodder in the organic sector) and wine production, as well as opportunities for export, therefore, the development of these two categories notes sustainable developments;
- The best prospects are realized for exports of organic honey, fresh vegetables, nuts, some fruit and fragrant oil products, herbs and spices. Bulgaria is currently a leader in the European market in terms of production and export of aromatic, medicinal and culinary plants.

Bulgarian export of organic roses, lavender and essential oils is a traditionally focused towards the EU markets. The total export of aromatic oils (HS # 3301) through 2015 reached $62 million with the main destinations of France and the United States. Exports of rose oil in 2015 (HS # 330129) is reported at $54 million mainly to France and the United States. In 2014 Bulgaria completed the certification process of Bulgarian rose oil as a protected geographical product, a process that took 10 years. Through 2015 three companies were audited and certified for the production and marketing of these products.

Exports of natural honey (conventional and organic) through 2015 reached a level of 9.780 tones (worth $36 million), and the total quantity of organic honey estimated at around 2 000 tones, is exported to the EU, Japan and the United States.

Imported organic products dominate Bulgarian market with a market share exceeding 60%. Most imported products are originating from Austria, Germany, Italy, Greece and the Netherlands. For the studied period imported organic products have the advantage of better marketing, availability and choice for local customers. Bulgarian consumers are more likely to believe in the authenticity of the certification of foreign products,

rather than national, and that gives them an important competitive advantage on the market. Most imported brands only offer organic products.

3. INFLUENCE OF LOCAL PRODUCTION ON LOCAL CONSUMPTION

Today, over 50% of the population is located, and lives in the cities. Growing urbanization alongside the liberalization of trade, eases the access to agricultural markets for large foreign multinationals production organizations that changed the behavior and eating habits of consumers and consumption patterns of food (Kearney J., 2010). These circumstances have contributed to expanding the boundaries of consumer choice, due to the access to facilities and the reduction of prices of canned foods and those that are highly processed, calorie-rich, and poor in nutrients, plant, and animal products.

In recent years the world has been trying to return to traditional agriculture and improve the diet of the population, by increasing the intake of biologically clean food. The development of digital technologies, allowing professionals to improve marketing strategies applied to inform consumers and contribute to the growing importance of local organic food. More users have enriched their food culture and began to take better care of their health, but also for food safety and environmental protection.

The reasons for the increased consumption of organic products is associated with their characteristics, namely (Organic Foods: What you need to know):

- Organic food contains less synthetic pesticides (herbicides, insecticides or fungicides);
- Bio food do not contain genetically modified organisms (GMOs) and its cultivation do not use synthetic fertilizers;
- Organic food, is often fresher (but not always);
- Food produced by organic farming methods is environment friendlier, since organic farming reduces pollution, saves water, reduces soil erosion, increase soil fertility, and uses less energy;
- Animals raised by organic farming methods are free of antibiotics, hormones of growth and other harmful substances;
- Organic meat and milk are richer in certain nutrients--results from a European study carried out in 2016, show that levels of certain nutrients, including Omega-3 fatty acids, were up to 50% more in meat and bio milk than their conventional equivalents.

Produced and processed organic food may be represented by international, regional, national and private logos for organic production, which shall ensure that at least 95% of the ingredients of the product having agricultural origin produced by the method of organic production and that the product is in conformity with the generally accepted requirements of control schemes in the EU. It builds consumer confidence regarding the safety of the product, its quality and origin.

In recent years consumers have stepped up their interest in locally produced organic food, led by their preferences and attitudes. For some authors the local food refers to the place where the food is produced, sold and consumed in a limited geographical area (Mirosa and Lawson, 2012, Pearson et al., 2011). There is no explicit definition in respect of the geographical area, connected to local food. For each subject, according to its understanding, the term "organic local food" is associated with the production, distribution and consumption of products produced by organic farming methods in a limited geographical area, which could be the locality, region or even a country.

Weatherell et. al. (2003) divided the variety of user's motives for buying local bio food into personal and social. Personal motives include: the user's belief that local bio food is healthier, better and richer taste (fresh, seasonal, cleaner from synthetic pesticides and chemicals, less time transported and stored) in comparison with conventional; and it is perceived as safer, due to possibility of tracing to its origin.

On the other hand, social motives (Weatherell et al., 2003) for the purchase of local organic food include: beliefs of user that it is more environmentally sustainable (fewer food miles) and also support local economy by creating local jobs and support small producers (Morris and Buller,2003; Chambers et. al., 2007; Brown C., 2003), and also preservation of local traditions.

Factors that have a negative impact on the consumer's decision to purchase organic food and respectively, which are perceived as major barriers to their use are associated with their premium price, lower durability, not sufficient availability and diversity (Khan and Prior, 2010; Ivanova D. et. al., 2012; Aleksiev G. et. al, 2018), presence of import goods substitutes for a lower price for Bulgaria's case, lack of trust in the packaging and labels and data controllers, as well as in production practices (Ivanova D. et. al., 2012).

Despite the higher premium price of a large part of bio products, little variety and availability, the benefits of the positive attributes of organic food for consumers leads to its importance's reinforce in the diet of the Bulgarians. Several studies of the Bulgarian organic market (Ivanova D. et. al., 2012; Kozhuharov et. al., 2004, Dzhabarova J., 2007; Aleksiev G. et. al, 2018; Vitosha Research, 2009) showed that the most commonly purchased bio products are fruit and vegetables, followed by milk products and meat, honey and spices. Results still show that Bulgarians are increasingly willing to pay a higher price because they believes that in this way they ensure a healthy and quality food and also that local bio food is more eco-friendly and supports the local economy.

Rising levels of consumption of organic products and the advanced capabilities to support the bio production, set in the Rural Development Program 2014-2020 has provoked an interest in the collective exploration of relationship between and the importance of local consumption for the region and the impact of local production on it. Led by the methodology described by Monaco and collective (Monaco et. al. 2017), which aims to assess the possibility of regional production of agricultural produce to cover food consumption, while at the same time position the local products on global markets. Our team compiled its own index – an index of confidence in the local bio food - Local Organic Food Assurance Index (LOFAI). The results of the index indicates whether the local consumption of a specific organic product is significant for the region, and whether the change in the local production of product reflects on its consumption after the calculation of the index for each year, it is dynamically tracked, in order to determine the significance of local consumption.

The index is calculated by the following formula:

$$LOFAI_t = \frac{\left(\frac{C_{ij}}{C_{\Sigma ij}}\right)}{\left(\frac{C_{yj}}{C_{\Sigma yj}}\right)} \Bigg/ \frac{\left(\frac{P_{ij}}{P_{\Sigma ij}}\right)}{\left(\frac{P_{yj}}{P_{\Sigma yj}}\right)}$$

where:
$LOFAI_t$ is the Local Organic Food Assurance Index for the t-period;
C_{ij} – consumed amount of the i-th organic product in the j-th region;
$C_{\Sigma ij}$- overall consumed amount of organic products in the j-th region;
C_{yj} - consumed amount of the y-th conventional substitute in the j-th region;
$C_{\Sigma yj}$- overall consumed amount of agricultural products in the j-th region;
P_{ij} – produced quantity of the i-th organic product in the j-th region;
$P_{\Sigma ij}$- overall produced quantity of organic products in the j-th region;
P_{yj} - produced quantity of the y-th conventional substitute in the j-th region;
$P_{\Sigma yj}$- overall produced quantity of agricultural products in the j-th region.

After calculation of the index for each year, it is dynamically tracked, in order to determine the significance of the local consumption of the product. The index is determined as follows:

$$\Delta LOFAI = LOFAI_t - LOFAI_{t-1},$$

where:
$\Delta LOFAI$ is the change in the Local Organic Food Assurance Index ;
$LOFAI_t$ - Local Organic Food Assurance Index for the t period;
$LOFAI_{t-1}$ - Local Organic Food Assurance Index for t-1 period.

The index is tested by (see table 6) our calculations based on data from centralized sources for organic honey, produced and consumed in Bulgaria. The choice of this type of bio product is dictated by the fact that organic apiculture is the most developed sector of organic livestock husbandry in Bulgaria and although not official data is collected for organic product sales, in the reports of the various sectoral organizations and other centralized sources, may be found more complete information on this type of product.

Table 6: An index of confidence in the local organic honey in Bulgaria for the period 2014-2016.

Indicators	2014	2015	2016
Consumption (tones)			
Bio bee honey	77	297	251
A total of bio products	12845	35258	47235
Conventional honey bee	205	2689	3083
Total agricultural products	27330657	21033830	17874101
Production (tones)			
Bio bee honey	1 517	2 160	1 941
A total of bio products	51382	70514	94471
Conventional honey bee	7751	9228	8277
Total agricultural products	37006752	29708167	29526356
LOFAI	**0.56**	**0.68**	**0.43**
Δ LOFAI	**-2.69**	**+ 0.15**	**-0.25**

Source: Own calculations on data from Eurostat , Faostat , Euromonitor and Agrostatistika

The results obtained for all three years, show that Bulgarian consumers are less confident in the consumption of organic honey to its conventional analog. For 2014 the magnitude of the index dropped dramatically (by 2.69 percentage points). For 2015, observed a slight increase of 0.15 points while in 2016 the confidence again declined by 0.25 percentage points. The reasons for the fluctuations may be related to belief of Bulgarian consumers, that honey even as a non-certified product has health benefits; which is further improved by the low purchase prices of organic honey in the country. The bad weather conditions and high mortality of apiculture families occurred in 2015 and 2016 in Bulgaria and the fluctuating ratio of organic to conventional farms further analysis is necessary in order to reveal the exact reasons for these changes.

4. CONCLUSION

Bulgaria has favorable opportunities for the development of organic farming, the main ones being summarized as follows: suitable soil and climatic conditions; an existing set of knowledge and skills; functional system of scientific, training and consulting units; good image of Bulgarian agricultural products (food) on the domestic and foreign markets;

In order to realize these opportunities in a timely manner, it is necessary to implement appropriate measures, some of which may be: delivery of value added tax on organic products; stricter controls and sanctions for unfair competition from products labeled "eco"; support of promotional activities and other marketing initiatives for the distribution of organic products; providing information and expanding the knowledge of producers and consumers about organic food, etc.

Organic farming has a positive perspective - it directly contributes to preserving the environment and ecosystems, restoring natural resources, developing rural areas. It can stabilize the income of Bulgarian farmers through the opportunity to provide healthy food products on new markets. This will maximize the competitive advantage of the natural and climatic conditions in Bulgaria and the support of the European funds to be reimbursed in economic benefit by the farmers.

The organic food market in Bulgaria is estimated at over BGN 30 million for 2016-2017 and is expected to reach levels of about 40 million by 2020. The role of foreign products on the national bio market is diminishing and by 2020 they are expected to represent less than 50%, with their market share at the moment of about 60%. These trends stimulate local producers to seek direct contact with consumers, mainly because of their difficult relationships with the retail chains and the complex processes of certification as well as the legitimacy of the

latter. Consumers purchase mostly packaged organic foods and baby bio-foods due to the clearly-labeled certification of these products.

Based on the development and calculation of our own Local Organic Food Assurance Index we can draw some important conclusion for the development of the sector. Although the organic production and the consumption of organic products in the country improves for the studied period there is no significant correlation between those two processes. Bulgarian organic farming continues to be mainly export oriented with nearly 80% of all products being traded internationally, while over 60% of the locally consumed organic products are imported. Further studies are necessary for the understanding of the large plethora of factors in play for the consolidation of the production and consumption of locally produced organic foods in Bulgaria.

REFERENCES

1. Aleksiev G., Doncheva D, Stoyanov K., Stankov K., 2018, Factors defining the local consumption of bio-products in the South-East region (the case of Stara Zagora city), Management and sustainable development – in press
2. Balieva G. N., Huliyan M., 2015, Production and supply of regional food products - incentives and challenges for small holdings in Bulgaria, International Journal of Science and Research, Online ISSN 2319-7064, Vol. 4, issue 2, p. 576-580. (Available at: http://www.ijsr.net/archive/v4i2/v4i2_01.php#sthash.ablyMD1V.dpbs)
3. Brown C., 2003, Consumers' preferences for locally produced food: A study in southeast Missouri, American Journal of Alternative Agriculture, 18(4), 213–223
4. Chambers S., Lobb A., Butler L., Harvey K., Traill B.W., 2007, Local, national and imported foods: a qualitative study, Appetite 49:208–213.
5. Council Regulation (EC) N: 2092/91 on organic production of agricultural products and indications referring thereto on agricultural products and foodstuffs. Official Journal of the European Communities No L 189 / 1.20. 7. 2007 http://europa.eu/scadplus/leg/en/lvb/
6. Dzhabarova J., 2007, Exploring consumer behavior on the market of organic food in Bulgaria, Economics and management of agriculture, vol.6, p.44-49
7. Eurostat: Farm Structure Survey data (holdings, education and vocational training): http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics / search_database V / Eurostat: data on the organic sector (area, crop and animal products, operators): http: //epp.eurostat.ec.europa. eu / portal / page / portal / statistics / search_database
8. Euromonitor, 2018 - http://www.euromonitor.com/organic-packaged-food-in-bulgaria/report
9. Eurostat Database
10. FiBL and IFOAM, 2015, The world of organic agriculture, Statistics and emerging trends, https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1663-organic-world-2015.pdf
11. Gonzalvez, V., 0. Schmid, H.Willer, 2011, Organic Action Plans in Europe in 2011. In: Wilier, H. and Kilcher, L. eds.
12. Ivanova D., Vasileva E., Stefanova St., Tipova N., 2012, Organic products in Bulgaria, ed. complex UNWE, Sofia
13. Kearney J., 2010, Food consumption trends and drivers, Philosophical Transactions of the Royal Society of London B: Biological Sciences, 365 (1554), 2793–2807;
14. Khan F., Prior C., 2010, Evaluating the urban consumer with regard to sourcing local food: a Heart of England study, International Journal of Consumer Studies, Vol. 34 161-168.
15. Kostadinova P., Vl. Popov, 2012, Basic Principles and Methods of Organic Agriculture, New Knowledge, Year 1, Issue 3, ed. VUUAR, Plovdiv, p.58
16. Kozhuharov Hr., Vasileva E., Ivanova D., 2004, Bulgarian biological product – element of our integration with the EU, University press "Stopanstvo" – Sofia, Bulgaria
17. Kristeva, Il., 2014, State and Trends for the Development of Organic Production in Bulgaria for the Period 2006-2012, Reports from the Jubilee Conference "The National Agrarian Sector - Element of the European Agricultural Regions in the Europe 2020 Strategy, "Tsenov" Svishtov, p.179
18. MAF Development of Organic Farming in Bulgaria, Report, 2014
19. Mirosa M., Lawson R., 2012, Revealing the lifestyles of local food consumers, British Food Journal, Vol. 114 No. 6, 816-825.
20. Mitova D., 2014, Organic production - priority of the Bulgarian agriculture in the new programming period 2014-2020, Economics and Management of Agriculture, issue 3, EIA, Sofia, p.4-7
21. Monaco F., Zasada I., Wascher D., Glavan M., Pintar M., Schmutz U., Mazzocchi Ch., Corsi St., Sali, G., 2017, Food Production and Consumption: City Regions between Localism, Agricultural Land Displacement, and Economic Competitiveness, Sustainability, MDPI, Open Access Journal, vol. 9(1), pages 1-20
22. Morris C., Buller, H., 2003, The local food sector: A preliminary assessment of its form and impact in Gloucestershire, British Food Journal, Vol. 105 No. 8, 559-566.
23. Ordinance № 4 of 24.02.2015 on the implementation of Measure 11 "Organic farming" of the RDP for the period 2014-2020

24. Organic Foods: What you need to know, available at: https://www.helpguide.org/articles/healthy-eating/organic-foods.htm
25. Pearson D., Henryks J., Trott A., Jones P., Parker G., Dumares D., Dyball D., 2011, Local food: Understanding consumer motivations in innovative retail formats, British Food Journal, Vol 113 No. 7, pp. 886-899.
26. Vitosha Research, 2009, The production, distribution and consumption of organic products in Bulgaria, Sofia
27. Weatherell C., Tregear A., Allinson J., 2003, In search of the concerned consumer: UK public perception of food, farming and buying local, Journal of Rural Studies, Vol. 19 No. 2, 233-233 IN Bianchi, Constanza & Mortimer, Gary (2015) Drivers of local food consumption: A comparative study. British Food Journal, 117(9), pp. 2282-2299.
28. Willer H., Lernoud, J. (Eds.), 2017, The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2017, Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and IFOAM – Organic International, Bonn. Version 1.3 of February 20, 2017

Euro Bölgesi ve Türkiye'de Bankacılık Sektörünün Karşılaştırmalı Analizi

Doç. Dr. Faruk AKIN[1]

[1]Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Finans Bölümü, drfarukakin@gmail.com

Özet: 2008 ve 2012 yıllarında yaşanan krizler Euro Bölgesi bankacılık sektörü üzerinde olumsuz etkilere sebep olmuştur. Türk bankacılık sektörü ise gerek 2008 gerekse 2012 yıllarında yaşanan krizlere karşılık daha güçlü bir performans sergilemiştir. Türk bankacılık sektörünün gösterdiği bu performansta, 2001 krizi sonrası bankacılık sektörünün yeniden yapılandırılması kapsamında atılan adımların etkisi büyük olmuştur. Bu çalışmanın amacı, 2009 ve 2016 yıllarında Euro Bölgesi ve Türkiye'de bankacılık sektörünün gelişimini çeşitli göstergeler yardımıyla karşılaştırmalı olarak incelemektir. Çalışmada Euro Bölgesi ve Türkiye'de bankacılık sektörü karşılaştırılırken beş temel göstergeden yararlanılmıştır. Bu göstergeler; banka sayısı, personel sayısı, aktif toplamı, krediler toplamı ve mevduat toplamıdır. Çalışmanın sonucunda, Euro bölgesi bankacılık sektöründe yaşanan krizlerinde etkisiyle 2009 yılına göre 2016 yılında banka ve personel sayılarının gerilediği, Türk bankacılık sektöründe ise banka ve personel sayılarının arttığı görülmektedir. Türk bankacılık sektörü 2016 yılı verilerine göre Euro bölgesi ülkeleri bankacılık sektörü ile birlikte değerlendirildiğinde banka sayısında 15., personel sayısında 4., aktif büyüklüğünde 10., krediler toplamında 8. ve mevduat toplamında 9. sırada yer almaktadır. Krizler sonrası oluşturulan daha sert kuralların, takipteki kredilerdeki artışın ve kârlılıktaki düşüşün Euro Bölgesi bankacılık sisteminin en hassas noktalarını oluşturduğu, Türk bankacılık sektörünün ise birçok ciddi şoka maruz kalmasına rağmen sağlıklı bilanço ve güçlü özkaynak yapısı ile gelişimini sürdürdüğü görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Euro Bölgesi, Türkiye, Bankacılık Sektörü

Comparative Analysis of Banking Sector in Euro Area And Turkey

Abstract: The 2008 and 2012 crisis has negative effects on Euro area banking sector. Turkish banking sector show strong performance in 2008 and 2012 years. This performance of Turkish banking sector originated from the banking sector restructuring reforms after the 2001. The aim of this study is to compare and investigate sectorial development indicators of Euro area and Turkish banking sector between the years of 2009-2016. In the study five fundamental indicator is used in order to compare banking sector. Bank number, employee number, total assets, total credits and total deposits are these indicators. The results show that after euro are banking crisis, banking and employee number is declined in 2016 compare to 2009. Turkish banking sector rankings among banks of Europe countries which are 15. at Bank number, 4. at employee number, 10. at total assets, 8. at total credits and 9. at total deposits in 2016 is demonstrated according to the analyzed data. Study results shows that strict rules, low profits and non-performing loans which are created after crisis are the most sensitive points of Euro area banking sector. However, Turkish bank sector is developing while maintaining strong balance sheet and equity structure in spite of the fact that the industry is exposed to several serious shocks.

Key Words: Euro Area, Turkey, Banking Sector

1.Giriş

2008 yılında başlayan ve 2009 yılında derinleşerek global ekonomiyi etkisi altına alan küresel kriz Euro Bölgesi'nin 2009 yılında % 4,1 oranında küçülerek tarihindeki en büyük daralmayı yaşamasına yol açmıştır (T.C.Başbakanlık AB Genel Sekreterliği, 2011:1). Türkiye ekonomisi de krizin derinleştiği 2009 yılında %4,7'lik bir daralma yaşamıştır. Küresel krizin en çok etkilediği sektörlerin başında ise doğal olarak bankacılık sektörü gelmiştir. Küresel kriz ortamında, sistemik risk arz eden bankacılık sektöründeki olası bir çöküşün önüne geçilmesi adına kısa dönemli sorunlar kamu kesiminin sermaye desteği ile giderilmeye çalışılmıştır. 2012 yılında ise, özellikle Euro Alanı'ndan kaynaklı kamu maliyesi, reel ekonomi ve bankacılık sektöründe süregelen belirsizlikler nedeniyle küresel piyasalar sağlam bir zemine oturamamıştır (İş Bankası, 2013). Türk bankacılık sektörü ise 2001 krizinin ardından bankacılık sektöründe başlatılan yeniden yapılandırma programı kapsamında atılan adımlarında etkisiyle 2008 küresel krizine daha güçlü ve sağlıklı bir yapıda girmiştir.

Avrupa Merkez Bankası (ECB) Denetim Kurulu Başkanı Daniele Nouy'a göre 2016 yılı sonu itibarıyla ise, Euro bölgesi bankaları pek çok zorluklarla karşı karşıyadır. Bu zorlukların başında, takipteki krediler, siyasi belirsizlikler ve durgun büyüme, zorlu bir faiz ortamı, daha güçlü kurallar ve yeni rakipler gelmektedir (Dünya Gazetesi, 2017). Özellikle İtalya bankacılık sektöründe 2016 yılı itibarıyla takipteki kredilerin 260 milyar euroyu aşması ve PIIGS ülkelerinde de takipteki kredilerin artmaya başlaması Avrupa Merkez Bankası için en önemli problemlerden biri olarak görülmektedir. AB'de 2016 yılı sonu itibarıyla bankacılık sektöründeki takipteki krediler yaklaşık olarak 1 trilyon euro ile AB GSYH'sinin %6,7'sine ve AB bankacılık sektörü toplam kredilerinin

%5,1'ine ulaşmıştır (ECOFIN, 2017:5). Türk bankacılık sektöründe ise 2016 yılı sonu itibarıyla takipteki kredilerin toplam (brüt) kredilere oranı %3,3 olup sektör 2016 yılında, ABD'de faiz oranlarının yükselmesi, gelişmekte olan ülkelerden sermaye çıkışı, uluslararası para ve sermaye piyasalarında dalgalanmalar, Türkiye'nin yakın bölgesindeki siyasi tansiyonun atması, terör tehdidi gibi olayların neden olduğu yüksek risklere ve 15 Temmuz 2016 Hain Darbe Girişimi gibi birçok ciddi şoka maruz kalmasına rağmen sağlıklı bilanço yapısı, güçlü özkaynakları, yönetim tecrübesi ile ekonomi ve sektör üzerindeki yıkıcı etkiler sınırlandırılabilmiştir (TBB, 2016 : 17).

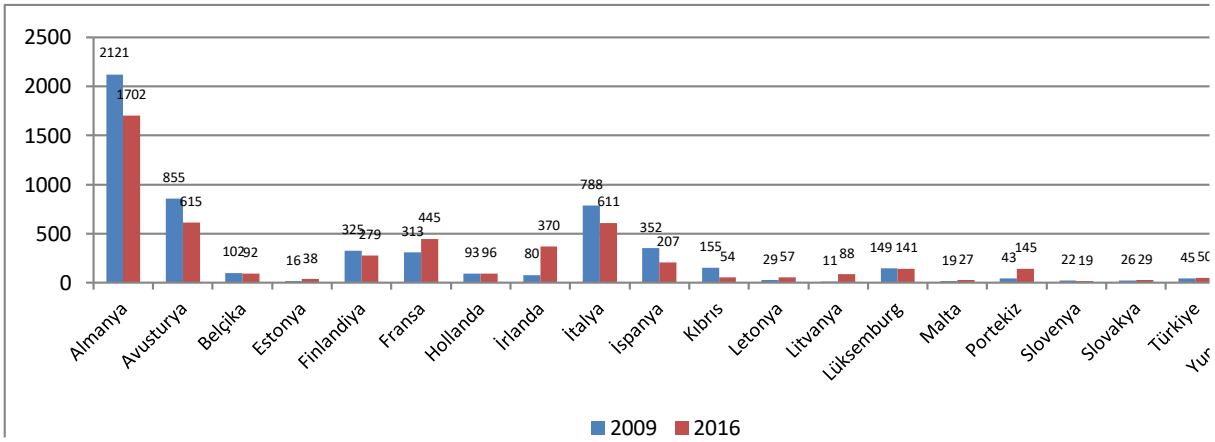
Bu çalışmanın amacı, 2009 ve 2016 yıllarında Euro Bölgesi ve Türkiye'de bankacılık sektörünün gelişimini çeşitli temel göstergeler yardımıyla karşılaştırmalı olarak incelemektir. Çalışmada Euro Bölgesi ülkeleri ve Türkiye'de bankacılık sektörü karşılaştırılırken beş temel göstergeden yararlanılmıştır. Bu göstergeler; banka sayısı, personel sayısı, aktif toplamı, krediler toplamı ve mevduat toplamıdır.

2.Euro Bölgesi ve Türkiye'de Bankacılık Sektörünün Karşılaştırmalı Analizi

2.1.Banka Sayısı

Euro Bölgesi bankacılık sektörü içerisinde 2009 yılında 5.451 olan toplam banka sayısı 2016 yılında 5.053'e kadar gerilemiştir. Euro Bölgesi'nde banka sayıların ülke bazında gelişimi değerlendirildiğinde 2016 yılı itibarıyla 1.702 banka ile Almanya'da olduğu görülmektedir. Almanya'yı, 615 ile Avusturya ve 611 ile İtalya takip etmektedir. Euro Bölgesi'nde banka sayısı 2009 yılına göre 2016 yılında artıran ülkeler ise Estonya, Fransa, Hollanda, İrlanda, Letonya, Litvanya, Malta ve Portekiz'dir. Türk bankacılık sektöründe 2009 yılında 45 olan banka sayısı 2016 yılında 50'ye kadar yükselmiştir. Grafik 1'de 2009 ve 2016 yıllarında Euro Bölgesi ve Türkiye'de banka sayıları gösterilmektedir.

Grafik 1. Banka Sayısı

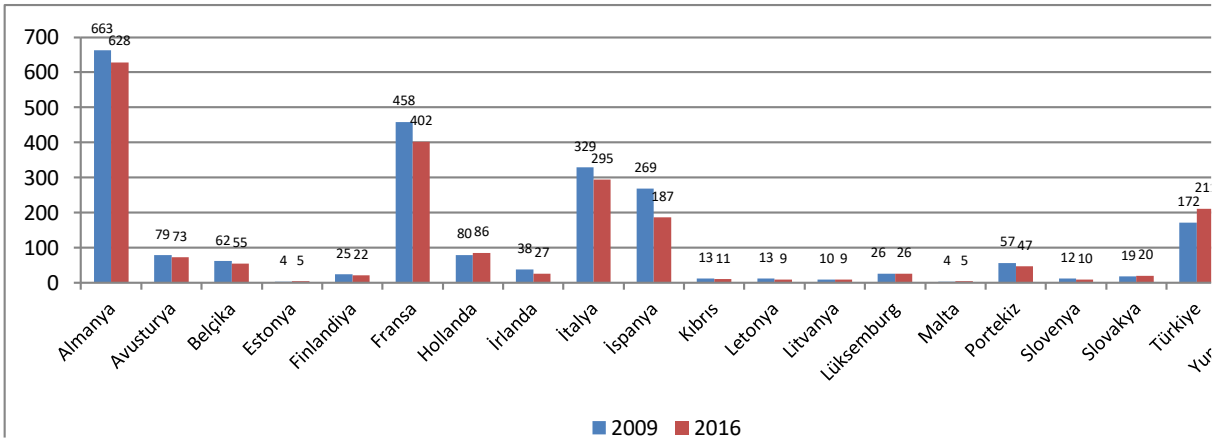


Kaynak:EBF, https://www.ebf.eu/facts-and-figures/statistical-annex/ (01.09.2018).

2.2.Personel Sayısı

Euro Bölgesi bankacılık sektörü içerisinde 2009 yılında yaklaşık 2.225.000 olan toplam personel sayısı 2016 yılında yaklaşık olarak 1.950.000'e kadar gerilemiştir. Euro Bölgesi'nde banka personel sayılarının ülke bazında gelişimi değerlendirildiğinde 2016 yılı itibarıyla Almanya 628.000 banka personeli ile en fazla çalışan sayısına sahip ülkedir. Almanya'yı, 402.000 personel sayısı ile Fransa ve 295.000 personel sayısı ile İtalya takip etmektedir. Euro Bölgesi'nde banka personel sayısı 2009 yılına göre 2016 yılında artıran ülkeler ise Estonya, Hollanda, Malta, Slovakya'dır. Türk bankacılık sektöründe 2009 yılında 172.000 olan banka personel sayısı 2016 yılında 211.000'e ulaşmıştır. Grafik 2'de 2009 ve 2016 yıllarında Euro Bölgesi ve Türkiye'de banka personel sayıları gösterilmektedir.

Grafik 2. Personel Sayısı (Bin Kişi)

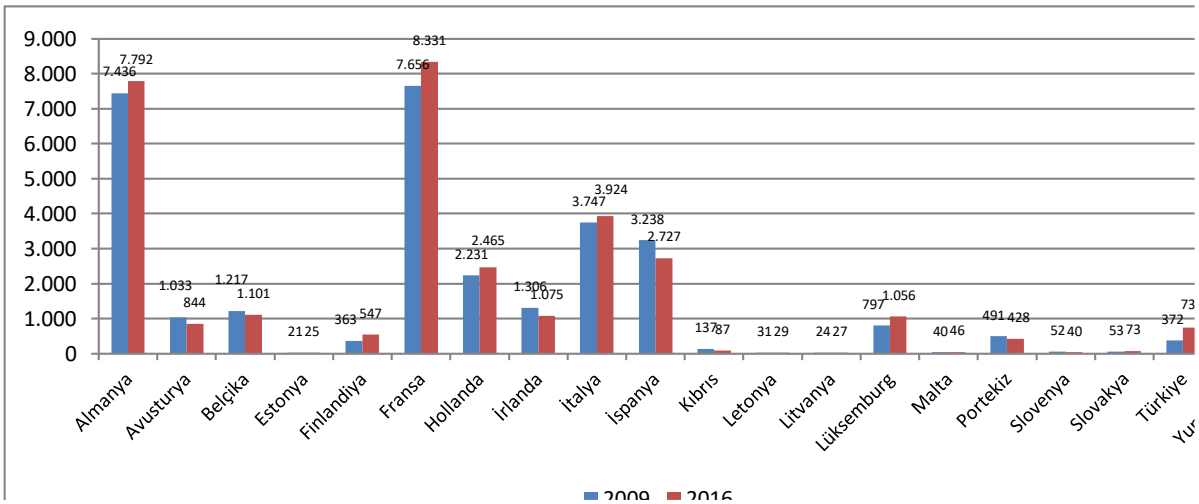


Kaynak:EBF, https://www.ebf.eu/facts-and-figures/statistical-annex/ (01.09.2018).

2.3.Aktif Toplamı

Euro Bölgesi bankacılık sektörü içerisinde 2009 yılında yaklaşık olarak 30 trilyon euro olan aktif büyüklüğü 2016 yılında yaklaşık olarak 31 trilyon euro'ya kadar yükselmiştir. Euro Bölgesi'nde aktif toplamı en fazla olan ülke 2016 yılı itibarıyla 8,3 trilyon euro ile Almanya'da olduğu görülmektedir. Fransa'yı, 7,7 trilyon euro ile Almanya ve 3,9 trilyon euro ile İtalya takip etmektedir. Euro Bölgesi'nde aktif toplamını 2009 yılına göre 2016 yılında artıran ülkeler ise Almanya, Estonya, Finlandiya, Fransa, Hollanda, İtalya, Litvanya, Lüksemburg, Malta, Slovakya ve Yunanistan'dır. Türk bankacılık sektöründe 2009 yılında 372 milyar euro olan aktif toplamı, 2016 yılında 736 milyar euroya kadar yükselmiştir. Grafik 3'de 2009 ve 2016 yıllarında Euro Bölgesi ve Türkiye'de aktif büyüklüğü gösterilmektedir.

Grafik 3. Aktif Toplamı (Milyar Euro)

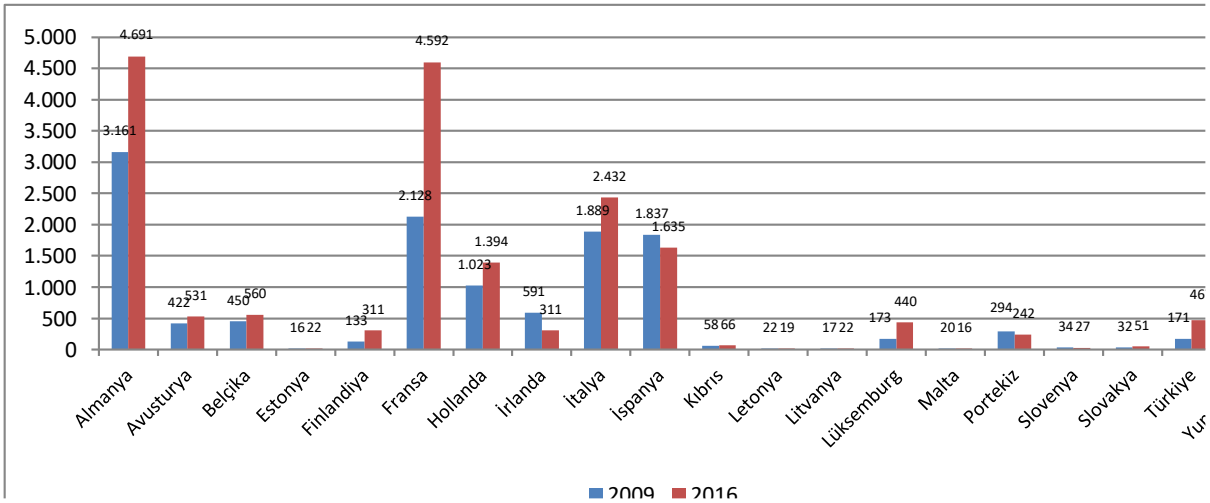


Kaynak:EBF, https://www.ebf.eu/facts-and-figures/statistical-annex/ (01.09.2018).

2.4.Krediler Toplamı

Euro Bölgesi bankacılık sektörü içerisinde 2009 yılında 12,5 trilyon euro olan krediler toplamı 2016 yılında 17,6 trilyon euro'ya kadar yükselmiştir. Euro Bölgesi'nde toplam kredilerin ülke bazında gelişimi değerlendirildiğinde 2016 yılı itibarıyla 4,7 trilyon euroluk toplam kredi hacmi ile Almanya'da ilk sırada yer almaktadır. Almanya'yı, 4,6 trilyon euro ile Fransa ve 2,4 trilyon euro ile İtalya takip etmektedir. Euro Bölgesi'nde krediler toplamını 2009 yılına göre 2016 yılında azaltan ülkeler ise İrlanda, İspanya, Letonya, Portekiz, Slovenya ve Yunanistan'dır. Türk bankacılık sektöründe 2009 yılında 171 milyar euro olan krediler toplamı 2016 yılında 467 milyar euro'ya yükselmiştir. Grafik 4'de 2009 ve 2016 yıllarında Euro Bölgesi ve Türkiye'de kredilerin büyüklüğü gösterilmektedir.

Grafik 4. Krediler Toplamı (Milyar Euro)

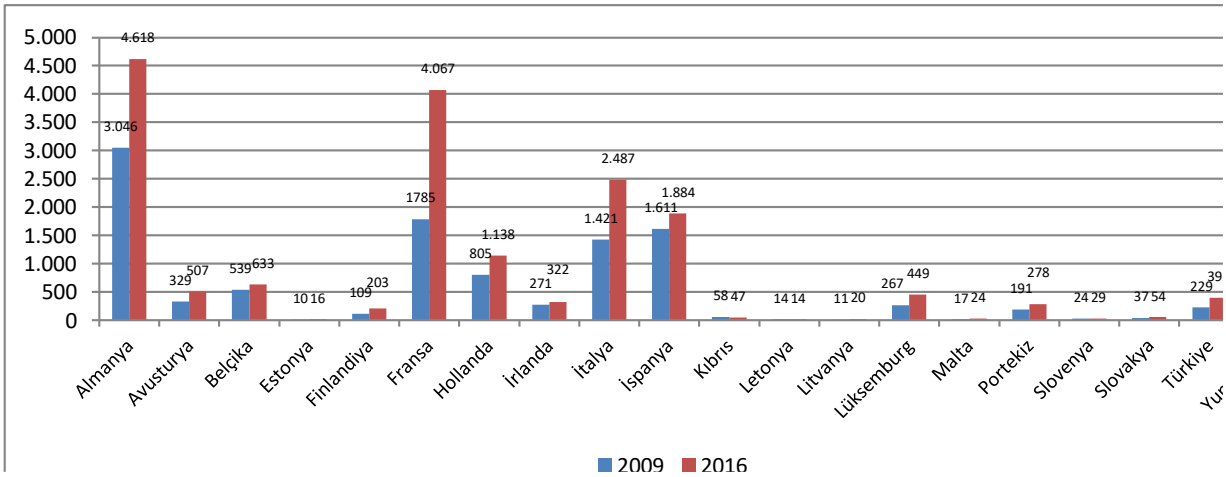


Kaynak:EBF, https://www.ebf.eu/facts-and-figures/statistical-annex/ (01.09.2018).

2.5.Mevduat Toplamı

Euro Bölgesi bankacılık sektörü içerisinde 2009 yılında 10,8 trilyon euro olan mevduat büyüklüğü 2016 yılında 17 milyar euro'ya kadar yükselmiştir. Euro Bölgesi'nde mevduat toplamının ülke bazında gelişimi değerlendirildiğinde 2016 yılı itibarıyla 4,6 trilyon euroluk mevduat toplamı ile Almanya ilk sırada yer almıştır. Almanya'yı, 4 trilyon euro ile Fransa ve 2,5 trilyon euro ile İtalya takip etmektedir. Euro Bölgesi'nde mevduat toplamı 2009 yılına göre 2016 yılında Kıbrıs dışında tüm ülkelerde artmıştır. Türk bankacılık sektöründe ise 2009 yılında 229 milyar euro olan mevduat toplamı 2016 yılında 392 milyar euro'ya kadar yükselmiştir. Grafik 5'te 2009 ve 2016 yıllarında Euro Bölgesi ve Türkiye'de mevduat toplamı gösterilmektedir.

Grafik 5. Mevduat Toplamı (Milyar Euro)



Kaynak:EBF, https://www.ebf.eu/facts-and-figures/statistical-annex/ (01.09.2018).

3.Sonuç

Euro bölgesi ve Türkiye ekonomisi 2008 küresel krizinin derinleştiği 2009 yılında %4'ün üzerinde bir daralmayla karşı karşıya kalmışlardır. Türk bankacılık sektörü, 2001 krizi sonrası bankacılık sektöründe atılan adımların olumlu etkisiyle 2008 küresel krizine daha güçlü ve sağlıklı bir yapıda girmiştir. Euro bölgesi bankacılık sektörü ise yeterince sağlıklı ve güçlü olmayan bilanço ve özkaynak yapısı ile girdiği küresel krize önce bankacılık sektörünü kurtarmak amacıyla Hükümetlerin milyarlarca avroluk kurtarma paketleri ardından 2012 yılında başlayan borç krizi ile karşı karşıya kalmıştır. Çalışmanın sonucunda, Euro bölgesi bankacılık sektöründe 2008 ve 2012 yıllarında yaşanan krizlerinde etkisiyle 2009 yılına göre 2016 yılında banka ve personel sayılarının gerilediği, Türk bankacılık sektöründe ise banka ve personel sayılarının arttığı görülmektedir. Türk bankacılık sektörü 2016 yılı verilerine göre Euro bölgesi ülkeleri bankacılık sektörü ile birlikte değerlendirildiğinde banka

sayısında 15., personel sayısında 4., aktif büyüklüğünde 10., krediler toplamında 8. ve mevduat toplamında 9. sırada yer almaktadır. Krizler sonrası oluşturulan daha sert kuralların, takipteki kredilerdeki artışın ve kârlılıktaki düşüşün Euro Bölgesi bankacılık sisteminin en hassas noktalarını oluşturduğu, Türk bankacılık sektörünün ise birçok ciddi şoka maruz kalmasına rağmen sağlıklı bilanço ve güçlü özkaynak yapısı ile gelişimini sürdürdüğü görülmektedir.

Kaynakça

Dünya Gazetesi (2017), https://www.dunya.com/finans/haberler/karlilik-euro-bolgesi-bankalarinin-zayif-noktasi-haberi-355603 (01.09.2018).

EBF, https://www.ebf.eu/facts-and-figures/statistical-annex/ (01.09.2018).

ECOFIN (2017), http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-9854-2017-INIT/en/pdf (01.09.2018).

İş Bankası (2013), Euro Alanında Bankacılık Birliği Hazırlıkları, https://ekonomi.isbank.com.tr/ContentManagement/Documents/ar_10_2013.pdf (01.09.2018).

TBB (2016), Bankalarımız 2016, https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/istatistikiraporlar/ekler/808/Bankalarimiz_2016.pdf (01.09.2018).

T.C. Başbakanlık AB Genel Sekreterliği (2011), "Avrupa Birliği'nde Küresel Finansal Krize Karşı Alınan Önlemler ve Birliği Rekabet Gücünün Arttırılmasına Yönelik Girişimler: Euro Rekabet Paktı" Mayıs, Ankara, (01.09.2018).

S&P 500 Endeksi Getirilerinin Türkiye'de Bankların Hisse senedi Fiyatlarına Etkisinin Analizi

Doç. Dr. Faruk AKIN[1] **Dr. Öğr. Üyesi Alp POLAT[2]**

[1]Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Finans Bölümü, drfarukakin@gmail.com

[2] Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Bozüyük Meslek Yüksekokulu, Bankacılık ve Sigortacılık Programı, alp.polat@bilecik.edu.tr

Özet: Sermaye piyasaları yatırımlarında uluslararası faktörlerin etkisi yıllar geçtikçe artış göstermektedir. S&P 500 pay senedi endeksi uluslararası yatırımlarla ilgili önemli bir gösterge olmaktadır. Uluslararası hisse senedi yatırımları gelişmiş ülke ve gelişmekte ülke piyasaları arasında aynı yönde ya da zıt yönde yönelimler gösterebilmektedir. Son yıllarda Türkiye'de bankacılık sektörü uluslararası yatırımcıların yüksek derecede ilgi duyduğu bir yatırım alanı haline gelmiştir. Bu nedenle S&P 500 endeksinde yaşanan değişimlerin Türkiye'de pay senedi piyasası üzerinde etkisi olabileceği beklenmektedir. Çalışmada Borsa Istanbul'da yer alan Albaraka Türk, Vakıfbank, Halk Bankası, Denizbank, İş Bankası, Şekerbank, Akbank, Garanti Bankası, ICBC Turkey, Finansbank ve Yapı Kredi bankaları analiz edilmiştir. Araştırma 2012-2017 dönemi arasındaki aylık pay senedi piyasası verilerini kapsamaktadır. Araştırmanın amacı S&P 500 endeksi aylık kümülatif getirilerin Türkiye'de bankaların hisse senedi fiyatlarına olan etkisinin belirlenmesidir. Çalışmada yöntem olarak regresyon analizinden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre; S&500 endeksi getirileri Türkiye'de Albaraka Türk, Finansbank, İş Bankası, Şekerbank, Vakıfbank ve Akbank pay senedi fiyatlarını pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilenmektedir. Türkiye bankacılık sektörü yatırımcılarının S&P 500 endeksi getirilerini takip etmeleri doğru yatırım kararları alabilmeleri konusunda faydalı olabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık, Bankalar, Borsa İstanbul, Pay Senedi Getirileri

Analyzing the effect of S & P 500 Index Returns on Stock prices of Turkish Banks

Abstract: The prominence of international factors on capital market investments has been increasing over the years. The S & P 500 share index is an important indicator of international investments. International equity investments can be in the pozitive or negative direction in developed and developing country markets. The banking sector in Turkey in recent years has become an area with a high degree of investment interest of international investors. Therefore, the S & P 500 index in expected to have an impact on the Turkish banks. In the study, Albaraka Turk, Vakifbank, Halk Bank, Denizbank, IS Bank, Sekerbank, Akbank, Garanti Bank, ICBC Turkey, Finansbank and Yapı Kredi banks in Istanbul Stock Exchange were analyzed. The study covers the monthly market stock market data between the period of 2012-2017.Cumulative monthly stock return of S & P 500 index and banks in Turkey analyzed in the research in order to determine the effect on banks stock prices. Regression analysis was used as a method in the study. According to findings; S & P 500 index returns has an positive and significant effect on Albaraka Turk, Finansbank, Is Bank, Vakıfbank and Akbank. Banking sector investors can consider S & P 500 index returns to be able to take the right investment decisions.

Kay Words: Banking, Banks, Borsa İstanbul, Stock Returns

1. GİRİŞ

Finans alanında hisse senedi fiyatlarını etkileyen faktörler üzerinde öneml durulan çalışma alanlarının başında gelmektedir. Dünya'da yaşanan değişimler ve küreselleşme ülkeler arası ekonomik ilişkilerin artmasına sebep olmuştur. ABD'de yer alan S & P 500 endeksi uluslararası yatırımcıların tercihlerini yansıtan önemli bir gösterge olarak kullanılabilmektedir. Türkiye hisse senedi piyasaları ve özellikle bankalar yabancı yatırımcılar tarafından ilgi görmektedir. S & P 500 endeksinin Türkiye'de hisse senedi piyasasını etkileyen yabancı faktörlerden biri olabileceği düşünülmektedir. Bu çalışmanın amacı S & P 500 endeksi aylık kümülatif getirilerinin Türkiye banka hisse senedi fiyatları üzerinde etkilerinin ortaya konulmasıdır.

Finansal piyasalarda son yıllarda yaşanan değişimler gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerin sermaye hareketlerinin liberalleşmesine sebep olmuştur. Bu değişimler sonucunda yerel piyasalar uluslararası piyasalar ile bağlantılı hale gelmiştir. Birçok çalışmada ABD hisse senedi piyasalarının diğer ülke piyasalarını önemli derecede etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Hisse senedi piyasaları arasında ilişkileri araştıran çalışmalar arasında iki temel ayrım bulunmaktadır. Bir grup çalışmalar hisse senedi getirilerinin bağımlılığı araştırırken diğer bir

gruptaki çalışmalar piyasalar arası volatilitelerin bağımlılığı incelemektedir. S&P 500 Endeksi ile diğer ülke hisse senedi piyasaları arasında pozitif yönde etkiler tespit edilmiştir (Thuan ve Yuan: 2011).

Küreselleşme ve yeni teknolojilerin ortaya çıkması sonucunda portföy varlıklarının oluşturulmasında yerel ülke sınırlarının dışına çıkarak uluslararası portföy yatırımlarında artış yaşanmıştır. Ülkeler arası entegrasyon ve bağımlılıklardaki artışlar sonucunda bu ilişkilerin doğası akademisyenlerin, yatırımcıların ve hükümet yetkililerinin ilgisini çekmektedir.

Ülkeler arasındaki bu ilişkiler temelde iki ana nedenden kaynaklanabilmektedir. İlk sebep makro-ekonomik faktörler diğer ana neden ise finansal bulaşıcılıktır. Bir ülkede yaşanan makro-ekonomik değişimler sonucunda diğer ülkelerin ekonomilerinin benzer yönde etkilenmesi beklenebileceği nakit akımları ve risklerde değişimler olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca, uluslararası portföy yatırımcıları bir ülkede yaşanan değişimler sonucunda portföylerindeki diğer ülke varlıklarının dağılımında değişime gidebilmektedir. Diğer bir temel sebep ise finansal bulaşıcılık kavramı ile açıklanmaktadır. Finansal bulaşıcılığın temel nedeni yatırımcıların farklı bir piyasadaki verinin diğer bir piyasa üzerinde etkili olacağına dair hatalı çıkarımlarından kaynaklanmaktadır (Connolly ve Wang: 1998).

2. LİTERATÜR

Becker, vd. (1992) Japonya ve ABD hisse senedi piyasaları arasında etkileşimi araştırmışlardır. ABD hisse senedi piyasasında getirilerin gecikmeli değerlerinin Japonya piyasasının cari getirilerini açılıştan kapanışa etkilediği açıkladığı sonucuna ulaşmışlardır. Tespit edilen etki piyasanın açılış saatlerinde yüksek olarak gözlemlenmekte gün içinde ileriki saatlerde ise azalmaktadır.

Wang ve Choi (2015) ABD ve çin hisse senedi piyasaları arasında ilişkiyi aylık veriler üzerinden incelemişlerdir. Çin'deki deregülasyon politikaları ile hisse senedi piyasasının ABD hisse senedi piyasası etkileşimi analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ABD hisse senedi piyasası getirileri Çin hisse senedi piyasası getirilerini etkilemekte olduğu ve aralarındaki korelasyonun 0.13 olduğu görülmüştür. İki piyasa arasındaki korelasyonlar Çin'in liberalleşme politikaları ile birlikte artmaktadır.

Loisamo (2016) Polonya, çek cumhuriyeti, Hollanda, Litvanya, Estonya ve Latviya ülkelerinde hisse senedi piyasalarının S&P 500 endeksi ile ilişkisini test etmiştir. Araştırma dönemi boyunca her ülkenin getirilerinin pozitif yönde S&P 500 endeksinin etkilendiği görülmüştür.

Longin vd.: (2001) Hisse senedi piyasalarının ülkeler arasında korelasyona sahip olduğu olgusunu araştırmışlardır. Hisse senedi piyasaları arasındaki korelasyon düşüş yönlü ayı piyasaları periyotlarında daha fazla olmaktadır. Piyasalar arası korelasyon getirilerin mutlak değeri büyüdüğünde daha kolay gözlemlenebilmektedir. Çalışmada ayrıca piyasaları arası etkileşimlerin volatilitenin yüksek olması halinde daha fazla olacağı görüşü araştırılmıştır. Ancak, bu görüş doğru bulunmamış farklı piyasalar arasında etkileşime neden olan olgunun trendler olduğu açıklanmıştır. Yükseliş yönlü boğa piyasalarında farklı ülkeler hisse senedi piyasaları arasındaki ilişkiler azalmaktadır.

3. ANALİZ

Araştırma verilerinde Türkiye'de Borsa İstanbul'da işlem gören bankaların aylık fiyatları ile S&P 500 endeksinin günlük verilerinden türetilen aylık kümülatif getirileri kullanılmıştır. Veriler Datastream veri tabanı vasıtasıyla temin edilmiştir. Araştırma dönemi 2012-2017 yıllarını kapsamaktadır. Araştırmada S & P 500 endeksinin Türkiye'deki bankaların hisse senedi fiyatını etkileyebileceği zaman serisi regresyon analizleri kullanılarak test edilmiştir. Regresyon analizlerinde bağımlı değişken olarak her bir bankanın aylık fiyat serileri ve bağımsız değişken olarak S & P 500 endeksine ait aylık getiri serisi kullanılmıştır. Analiz sonucunda S & P 500 endeksi değişkenin katsayı anlamlılıkları incelenmiş ve etkiler ortaya çıkarılmıştır.

Tablo 1: Tanımsal istatistikler

Değişkenler	Akbank fiyat	Albaraka Türk fiyat	Finansbank fiyat	Denizbank fiyat	Garanti bankası fiyat	Halkbank fiyat	ICBC bank fiyat	İş bankası fiyat	Şekerbank fiyat	Vakıfbank fiyat	Yapı ve kredi bankası fiyat	S & P 500 kümlatif getiri
Ortalama	7.247123	1.330842	3.4327	2.357015	7.479792	12.44249	1.468673	4.879149	1.352565	4.592888	2.631054	0.011198

Maksimum	10.02866	1.871203	6.083735	4.86	10.29561	18.87415	7.21	7.254717	1.941474	7.2	3.45499	0.104857
Minimum	4.966902	0.82626	2.063285	1.417632	5.24031	7.738131	0.435345	2.971878	0.636113	2.764835	1.770074	-0.09164
Standart sapma	1.13308	0.211126	1.183913	0.906053	1.194416	2.578971	1.08402	1.006327	0.332007	0.989794	0.393739	0.031675
Gözlem sayısı	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72

Araştırma verilerine ait tanımsal istatistikler Tablo 1'de yer almaktadır. Ortalama, maksimum ve minimum değerler, standart sapma ve gözlem sayısı istatistikleri gösterilmektedir. Araştırmada gözlem sayısı 72'dir. En yüksek ortalama fiyata ve standart sapmaya sahip banka Halkbank olmuştur. S&P 500 getiri serisi olduğu için düşük ortalama ve standart sapmaya sahiptir.

Analizde kullanılacak serilerin durağanlığı ADF birim kök testleri ile sorgulanmıştır. Fiyat serileri durağan olmadığından birinci farkları alınarak serileri durağan hale getirilmiştir. Regresyon analizi sonucunda oto-korelasyon ve değişen-varyans testleri yapılmıştır. Oto-korelasyon olması durumunda White(HC) ve değişen-varyansın da mevcut olması durumunda Newey-West standart hata düzeltmeleri gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2'de Regresyon testi sonuçları gösterilmektedir. Regresyon denklemlerinde S&P 500 endeksinin aylık kümülatif getirileri bağımsız değişken olarak yer almıştır. 11 adet model tahmin edilmiştir. Her modelde bağımlı değişken farklı bir bankanın hisse senedi fiyatları olmuştur. S&P 500 endeksi %10 anlamlılık düzeyinde Vakıfbank ve Akbank, %5 anlamlılık düzeyinde İş bankası, Şekerbank ve Albaraka Türk, ve %1 anlamlılık düzeyinde ise Finansbank üzerinde etkili olmaktadır.

Tablo 2: S&P 500 endeksi aylık kümülatif getirileri bağımsız değişkenin katsayı istatistikleri

Bağımlı değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Prob. değeri
Albaraka Türk	1.010866	0.413404	2.445226	**0.017
Denizbank	-1.33996	1.260107	-1.06337	0.2913
Finansbank	5.404977	1.580328	3.420161	***0.0011
Garanti bankası	2.526417	2.134744	1.183475	0.2407
Halkbank	6.956791	4.82742	1.441099	0.1541
ICBC bank	0.233544	0.63041	0.370464	0.7122
İş bankası	2.635271	1.125883	2.340626	**0.0221
Şekerbank	1.136395	0.487434	2.331382	**0.0227
Vakıfbank	2.983746	1.643873	1.815071	*0.0739
Yapı ve kredi bankası	1.353674	0.856678	1.580142	0.1186
Akbank	3.518808	2.001482	1.758102	*0.0832

*%10 **%5 ve ***%1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Araştırma incelenen bankaların çoğunluğunda S&P 500 endeksinin etkili olduğu görülmüştür. Bu durumun nedeni olarak bir ülkedeki değişimin uluslararası portföylerde varlık içeriklerinde değişime sebep olması gösterilebilir. Ayrıca yatırımcılar farklı ülkelerdeki fiyatları sürekli takip ederek diğer ülkelerin fiyatları hakkında hatalı çıkarımlarda bulunmaktadır. Bu yatırımcı davranışı bu tür sonuçların ortaya çıkmasına sebep olabilmektedir.

4. SONUÇLAR

Çalışmada Türkiye'de Borsa istanbul'da yer alan bankaların hisse senetlerinin fiyatının ABD pay piyasası endeksi olan S & P 500 tarafından etkilenebileceği konusu araştırılmıştır. Gerçekleştirilen analiz sonucunda S & P 500 endeksi aylık kümülatif fiyat değişimlerinin Türkiye'de banka fiyatları üzerinde etkili olabileceği görülmüştür. Anlamlı etki incelenen 11 bankanın 6 tanesinde gözlemlenebilmektedir. Albaraka Türk, Finansbank, İş Bankası, Şekerbank, Vakıfbank ve Akbank üzerinde anlamlı etkiler tespit edilmiştir. Anlamlı olarak görülen katsayıların

hepsi pozitiftir. Elde edilen bu bulgu S & P 500 endeksinin aylık kümülatif getirilerinin Türkiye'de bankaların hisse senedi fiyatlarını doğru yönde etkilediğini göstermektedir. Sonuç olarak Türkiye'deki yatırımcılar bankaların hisse senedi fiyatlarının tahmininde S & P 500 endeksini göz önünde bulundurabilecekleri ve bu durumda beklenen ektinin pozitif yönde olacağı anlaşılmıştır. Gelecek çalışmalarda finansal varlıkların fiyatlamasında kullanılan gelişmiş modeller ile testler gerçekleştirilerek S & P 500 endeksinin net etkisinin araştırılması faydalı olabilecektir.

KAYNAKLAR

Becker, K. G., Finnerty, J. E., & Tucker, A. L. (1992). The intraday interdependence structure between US and Japanese equity markets. Journal of Financial Research, 15(1), 27-37.

Connolly, R., & Wang, F. (1998). International equity market comovements: economic fundamentals or contagion?.

Loisamo, O. (2016). Return and volatility linkages between the S&P 500 and emerging stock markets in Eastern Europe.

Longin, F., & Solnik, B. (2001). Extreme correlation of international equity markets. The journal of finance, 56(2), 649-676.

Tien Thuan, L. (2011). The relationship between the United States and Vietnam stock markets.

Wang, Q., & Choi, S. M. (2015). Co-movement of the Chinese and US aggregate stock returns. Applied Economics, 47(50), 5337-5353.

Sanayi Üretim Endeksi ve Sigortacılık Sektörü Hisse Senedi Getirileri Arasındaki İlişkinin Araştırılması: Borsa İstanbul Uygulaması

Doç. Dr. Faruk AKIN[1] **Dr. Öğr. Üyesi Alp POLAT**[2]

[1]Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Finans Bölümü, drfarukakin@gmail.com

[2] Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Bozüyük Meslek Yüksekokulu, Bankacılık ve Sigortacılık Programı, alp.polat@bilecik.edu.tr

Özet: Çalışma, Türkiye'de sanayi üretim endeksi ve sigortacılık sektörü hisse senedi getirileri arasındaki ilişkileri ortaya koymayı amaçlamaktadır. Sigorta sözleşmeleri risk yönetimi alanında sağladığı faydalar sayesinde işletmelerin yatırım projelerinde yardımcı olmaktadır. Birçok iş kolundaki riskler sigortacılık sektörü sayesinde azaltılabilmekte ve girişimciler tarafından kolaylıkla üstlenilebilmektedir. Sigortacılık bu işlevi nedeniyle sanayi üretimi endeksini etkileyebilecektir. Ayrıca, Sanayi üretim endeksi ülkenin milli gelirinin bir göstergesi olmaktadır. Milli gelir bir ülkede sigorta sektörünün gelişmişlik düzeyini belirleyen önemli faktörlerden birisidir. Milli gelir arttıkça kişiler sigorta sözleşmelerinin maliyetlerini karşılayacak gelir düzeyine daha kolay erişebilmektedir. Milli gelir düzeyi düşük ülkelerde ise kişiler sigorta yaptırmak için gereken fonlara sahip olamamaktadır. Bu çalışmada; VAR yöntemi ile Granger nedensellik analizleri kullanılarak Sanayi üretim endeksi ve Sigortacılık sektörü endeksi hisse senedi getirileri analiz edilmiştir. Araştırmada, 2009-2017 yıllar arasında Sanayi üretim endeksi ve Anadolu sigorta, Güneş sigorta, Ak sigorta, Ray Sigorta ve Anadolu hayat emeklilik sigorta şirketlerinin eşit ağırlıklı hisse senedi fiyatları arasındaki ilişki araştırılmıştır. Analizde kullanılan gecikme değerleri 1 yıla kadar sınırlandırıldığında elde edilen bulguya göre sigortacılık sektöründen sanayi üretim endeksine doğru nedensellik ilişkisi bulunmaktadır. Gecikme değerleri iki yılla sınırlandırıldığında ise sanayi üretim endeksinden sigortacılık sektörüne doğru nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Sonuçta; sigortacılık sözleşmelerinin sanayi üretimine yardımcı olduğu ve sanayi üretim endeksinin sigortacılık sektörü hisse senedi fiyatlarına bakılarak 12 aylık gecikme değerlerinde tahmin edilebileceği görülmektedir. Sanayi üretimi ve milli gelir artışlarının sigortacılık sektörü hisse senedi fiyatlarına etkisinin mevcut olduğu ise 2 yıllık gecikmeler analize dahil edildiğinde görülmüş ve bu etkinin oluşabilmesi için daha uzun süre gerektiği anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sigorta, Sigortacılık, Pay senedi fiyatları, Milli gelir

The Relationship between Industrial Production Index and Insurance Sector Stock Returns in Turkey: Borsa Istanbul Evidence

Abstract: The study aims to analyze the relationship between the industrial production index and insurance sector stock returns in Turkey. Insurance contracts help businesses in their investment projects with the benefits they provide in the area of risk management. Risks in many areas of business can be reduced by the insurance sector. Thus risks easily be undertaken by entrepreneurs. This function shows that insurance can affect the industrial production index. Moreover, the industrial production index is a proxy of the national income. National income is one of the important factors determining the level of development of the insurance sector in a country. As the national income increases, people can access the income level more easily in order to cover the costs of insurance contracts. In countries with low national income, people do not have the necessary funds to insure. . In the research, the relationship between industrial production index and the equally weighted stock price which consists Anadolu Sigorta, Gunes Sigorta, Ak sigorta, Ray Sigorta and Anadolu Hayat Emeklilik insurance companies is investigated. In this study; VAR method and Granger causality analyzes is used to investigate the relationship between the industrial production index and the insurance sector stocks. The period includes monthly data between the years 2009-2017. When lagged values used in the analysis are limited to 1 year, there is a causality relation from the insurance sector to the industrial production index. When the lagged values are limited to two years, the causality effect from the industrial production index to the insurance sector is determined. After all; it can be seen that the insurance contracts help industrial production and the industrial production index can be estimated with 12 month lagged values by looking at the insurance sector stock prices. The national income effect on the insurance sector stock prices is evidenced when 2 year delays were included in the analysis. This finding shows that it would take longer for this effect to take place.

Key Words: Insurance, Insurance companies, Stock prices, National income

1. GİRİŞ

Sigortacılık sektörü piyasası aktivitesi finansal aracılık ve risk transferi faydaları dolayısıyla ekonomik büyümeyi destekleyebilmektedir. Farklı riskler daha etkin bir şekilde yönetilebilmekte ve kişisel tasarruflar finansal sisteme aktarılabilmektedir. Farklı ülke piyasalarında gerçekleştirilen nedensellik analizleri sonucunda sigortacılık sektörü aktivitelerinin ekonomik büyüme üzerinde pozitif ve anlamlı etkiler yarattığı görülmektedir.(Arena: 2008).

Zhou vd. (2012) sigorta şirketleri hisse senedi getirilerini sigorta aktivitelerinin göstergesi olarak ele almışlardır. Sigorta aktiviteleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 23 gelişmiş ülke ve 15 gelişmekte olan ülke üzerinde analiz etmişlerdir. Sigortacılık sektörü hisse senedi getirileri ile ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki olduğu anlaşılmıştır.

Mahdavi ve Sohrabian (1991) Hisse senetlerinin fiyatındaki değişmelerin ekonomik büyümenin öncü sinyali olabileceğini önermektedir. Çalışmalarında Granger nedensellik testleri ile GSMH büyümesi ile hisse senedi fiyatı büyümesi arasındaki ilişki araştırılmıştır. Sadece hisse senedi büyüme oranının GSMH büyüme oranını nedensel olarak etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. GSMH büyümesinden hisse senedi büyümesine doğru bir ilişki tespit edilememiştir.

2. LİTERATÜR

Outreville (1990) gelişmekte olan ülkelerde sigorta primleri ile ekonomik büyüme ve finansal gelişme göstergeleri arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir. Sonuçlara göre; gelişmekte olan ülkelerde sigortacılık sektörünün büyüklüğü yeterli düzeye ulaşamamaktadır. Bu durumun sebebi olarak ekonomik büyüme ve finansal gelişme faktörlerine bağlı olarak arz yönlü eksiklikler olduğu gösterilmiştir.

Hais ve Sumegi (2008) 29 Avrupa ülkesinde sigortacılık sektörü primleri ve sigortacılık sektörü yatırımlarının ülkelerin GSYH büyümesi üzerine etkilerini araştırmışlardır. Elde edilen bulgulara göre sigortacılık ile ekonomik büyüme arasında istatistiksel olarak anlamlı ve teorik açıdan kuvvetli ilişkiler olduğu vurgulanmıştır.

Lee vd. (2013) 41 ülkeyi içeren panel veri seti üzerinden sigortacılık sektörü gelişimi ile ekonomik büyüme etkileşimini incelemişlerdir. Uzun dönemde sigortacılık primlerinde %1'lik bir artışın GSYH üzerinde %0,06 artış yarattığı görülmüştür. Elde edilen ilişkilerin uzun ve kısa dönemde çift taraflı olarak mevcut olduğu belirlenmiştir.

3. ANALİZ

Araştırmanın amacı Türkiye'de sigorta şirketlerinin hisse senedi fiyatlarının büyüme oranı ile sanayi üretim endeksi büyüme oranı arasındaki ilişkiyi oraya koymaktır. Hisse senedi fiyatları büyüme oranı ile sigorta şirketlerinin aktiviteleri temsil edilmiş olmaktadır. Sanayi üretim endeksi ise aylık olarak mevcut olmayan ekonomik büyüme verisini temsil etmektedir. Sigorta şirketlerinin hisse senedi verilerine Datastream veritabanı aracılığı ile ulaşılmıştır. Sigortacılık sektörü hisse senedi fiyatlarının hesaplanmasında Anadolu sigorta, Güneş sigorta, Ak sigorta, Ray Sigorta ve Anadolu hayat emeklilik sigorta şirketlerinin eşit ağırlıklı hisse senedi fiyatları kullanılmıştır. Sanayi üretim endeksinin verileri TCMB aracılığıyla sağlanmıştır. Araştırma dönemi 2009-2017 yılları arasındaki aylık verileri kapsamaktadır. Bu dönemde yer alan veriler Granger nedensellik analizleri ile araştırılmıştır.

Tablo 1 ve Tablo 2'de birim kök testlerinin sonuçları yer almaktadır. Test sonuçlarına göre araştırma serilerinde birim yoktur yani seriler durağandır. Granger nedensellik analiz için veriler uygundur.

Tablo 1: Augmented Dickey Fuller Birim Kök testi

ADF birim kök testi	Sigortacılık sektörü hisse senedi büyümesi	Sanayi üretim endeksi büyümesi
t-istatistiği	-5.789691	-2.587305
Prob değeri	0.0000	0.0992

Tablo 2: Phillips-Perron birim kök testi

Phillips-Perron birim kök testi	Sigortacılık sektörü hisse senedi büyümesi	Sanayi üretim endeksi büyümesi
t-istatistiği	-9.618627	31.76280
Prob değeri	0.0000	0.0001

Tablo 3'de Granger nedensellik testlerinin yapılabilmesi için gerekli olan Var modelinde kullanılacak gecikme değerleri yer almaktadır. Hangi gecikme değerinin uygun olduğuna Akaike bilgi kriteri kullanılarak karar verilebilmektedir. Sadece bir yıllık gecikmeler dahil edildiğinde en uygun gecikme sayısı 12 olmakta, 2 yıllık gecikmeler dahil edildiğinde ise en uygun gecikme sayısı 24 olmaktadır.

Tablo 3: Akaike bilgi kriterine göre gecikme sıralaması

1 yıllık gecikme değerleri 2 yıllık gecikme değerleri

Gecikme	AIC	Gecikme	AIC	Gecikme	AIC
0	-4.341615	0	-4.458673		
1	-4.532685	1	-4.595836	13	-5.476351
2	-4.627179	2	-4.655507	14	-5.446776
3	-4.701359	3	-4.667939	15	-5.460725
4	-4.888098	4	-4.800001	16	-5.374420
5	-4.992553	5	-4.943792	17	-5.465027
6	-5.031946	6	-5.047093	18	-5.577686
7	-4.972583	7	-4.976820	19	-5.675769
8	-4.960175	8	-4.978932	20	-5.670859
9	-4.920566	9	-5.013040	21	-5.638514
10	-4.866866	10	-4.968060	22	-5.743786
11	-5.409054	11	-5.406737	23	-5.720384
12	-5.473765*	12	-5.384910	24	-5.785760*

*Kritere göre seçilen gecikme sıralamasını göstermektedir.

Tablo 4'de 1 yıllık gecikme değerlerinde sanayi üretim endeksi değişkeninin bağımlı değişken olduğu modelde Granger nedensellik sonuçları yer almaktadır. Elde edilen anlamlı bulgulara göre sigortacılık sektörü hisse senedi büyüme oranı sanayi üretim endeksinin büyüme oranının Granger nedenidir. Tablo 5'de 1 yıllık gecikme değerlerinde sigorta sektörü hisse senetleri faktörünün bağımlı değişken olduğu modelde Granger nedensellik sonuçları yer almaktadır. Sanayi üretim endeksinin büyüme oranının sigortacılık sektörü hisse senedi büyüme oranını etkilemediği görülmüştür.

Tablo 4: 1 Yıllık gecikme değerlerinde Granger nedensellik testi
(Bağımlı değişken: Sanayi üretim endeksi büyümesi)

VAR Granger Nedensellik Testi
Örneklem : 2009M01 2017M12
Gözlem sayısı: 95
Bağımlı değişken: Sanayi Üretim Endeksi büyümesi

Dışsal	Chi-sq	df	Prob. değeri
Sigortacılık sektörü hisse senedi büyümesi	22.96229	12	0.0280

Tablo 5: 1 Yıllık gecikme değerlerinde Granger nedensellik testi

(Bağımlı değişken: Sigortacılık sektörü hisse senedi büyümesi)

VAR Granger Nedensellik Testi
Örneklem : 2009M01 2017M12
Gözlem sayısı: 95
Bağımlı değişken: Sigortacılık sektörü hisse senedi büyümesi

Dışsal	Chi-sq	df	Prob. değeri
Sanayi Üretim Endeksi büyümesi	8.648951	12	0.7326

Tablo 6'de 2 yıllık gecikme değerlerinde sanayi üretim endeksi değişkeninin bağımlı değişken olduğu modelde Granger nedensellik sonuçları yer almaktadır. Sonuçlara göre sigortacılık sektörü hisse senedi büyüme oranından sanayi üretim endeksinin büyüme oranına doğru nedensel ilişki yoktur. Tablo 7'de 2 yıllık gecikme değerlerinde sigorta sektörü hisse senetleri faktörünün bağımlı değişken olduğu modelde Granger nedensellik sonuçları yer almaktadır. Sanayi üretim endeksinin büyüme oranının anlamlı bir şekilde sigortacılık sektörü hisse senedi büyüme oranını granger nedensellik olarak etkilediği anlaşılmaktadır.

Tablo 6: 2 Yıllık gecikme değerlerinde Granger nedensellik testi

(Bağımlı değişken: Sanayi üretim endeksi büyümesi)

VAR Granger Nedensellik Testi
Örneklem : 2009M01 2017M12
Gözlem sayısı: 83
Bağımlı değişken: Sanayi Üretim Endeksi büyümesi

Dışsal	Chi-sq	df	Prob. değeri
Sigortacılık sektörü hisse senedi büyümesi	12.72470	24	0.9704

Tablo 7: 2 Yıllık gecikme değerlerinde Granger nedensellik testi

(Bağımlı değişken: Sigortacılık sektörü hisse senedi büyümesi)

VAR Granger Nedensellik Testi
Örneklem : 2009M01 2017M12
Gözlem sayısı: 83
Bağımlı değişken: Sigortacılık sektörü hisse senedi büyümesi

Dışsal	Chi-sq	df	Prob. değeri
Sanayi Üretim Endeksi büyümesi	46.91292	24	0.0034

4. SONUÇ

Çalışmada, sanayi üretim endeksi ile sigorta şirketleri hisse senetleri büyümeleri arasındaki ilişkinin Türkiye'de 2009-2017 yılları arasında ortaya konulması amaçlanmaktadır. Analizde kullanılan Var modelinin gecikme değerleri 1 yıla kadar sınırlandırıldığında sonuçlara göre sigortacılık sektöründen sanayi üretim endeksine doğru nedensellik ilişkisi olduğu görülmüştür. Bir yıllık dönemde sigortacılık sektör hisse senedi getirlerine bakılarak sanayi üretim endeksi tahmin edilebilmektedir. Bu durum sigorta sektörü hisse senedi fiyatlarının öncü

gösterge olabileceğini ortaya koymaktadır. Var modelinde kullanılan gecikme değerleri iki yılla sınırlandırıldığında ise sanayi üretim endeksinden sigortacılık sektörüne doğru nedensellik ilişkisi mevcut olmaktadır. İki yıllık sürede sanayi üretim endeksinin gecikmeli değerleriyle sigorta şirketlerinin hisse senetlerinin anlamlı bir şekilde tahmin edilebileceği anlaşılmıştır. Bu durum sigorta sektörünün gelişimi için ülkenin ekonomik büyümesinin faydalı olabileceğini göstermektedir Sanayi üretimi ve milli gelir artışlarının sigortacılık sektörü üzerindeki etkilerinin 2 yıllık gecikmeler analize dahil edildiğinde görülmüş olması bu etkinin oluşabilmesi için daha uzun süre gerektiği görüşünü ortaya çıkartmaktadır. Daha kısa dönemde ise sanayi üretimi ve milli gelirdeki değişimler için sigorta şirketlerinin hisse senedi fiyatları öncü gösterge olabilmektedir.

KAYNAKÇA

Arena, M. (2008). Does insurance market activity promote economic growth? A cross-country study for industrialized and developing countries. Journal of Risk and Insurance, 75(4), 921-946.

Haiss, P., & Sümegi, K. (2008). The relationship between insurance and economic growth in Europe: a theoretical and empirical analysis. Empirica, 35(4), 405-431.

Lee, C. C., Lee, C. C., & Chiu, Y. B. (2013). The link between life insurance activities and economic growth: Some new evidence. Journal of International Money and Finance, 32, 405-427.

Mahdavi, S., & Sohrabian, A. (1991). The link between the rate of growth of stock prices and the rate of growth of GNP in the United States: a Granger causality test. The American Economist, 35(2), 41-48.

Outreville, J. F. (1990). The economic significance of insurance markets in developing countries. Journal of Risk and Insurance, 487-498.

Zhou, C., Wu, C., Li, D., & Chen, Z. (2012). Insurance stock returns and economic growth. The Geneva Papers on Risk and Insurance-Issues and Practice, 37(3), 405-428.

Küresel Kriz Sonrası MIST Ekonomilerinin Makroekonomik Performans Analizi

Doç. Dr. Faruk AKIN[1] **Dr. Öğr. Üyesi Alp POLAT[2]**

[1]Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Finans Bölümü, drfarukakin@gmail.com

[2] Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Bozüyük Meslek Yüksekokulu, Bankacılık ve Sigortacılık Programı, alp.polat@bilecik.edu.tr

Özet: Goldman Sachs ekonomisti Jim O'Neill, Türkiye'nin de aralarında bulunduğu dört ülke (Meksika-Endonezya-Güney Kore-Türkiye) için yine bu ülkelerin İngilizce baş harflerinden "MIST" ifadesini geliştirmiştir. O'Neill'in yeni kısaltması için aldığı kriter bu ülkelerin tahvillerinin ve hisse senetlerinin yatırımcısına yüksek getiri sağlaması olsa da MIST ülkelerinin bölgelerindeki büyük pazar ve büyüme hacimleri ile önemli potansiyellere sahip oldukları görülmektedir. Bu çalışmanın amacı, MIST ekonomilerinin 2009-2017 dönemindeki makroekonomik performansını karşılaştırmalı olarak analiz etmektir. Bu amaçla çalışmada beş göstergeden (Büyüme oranı, Enflasyon oranı, İşsizlik oranı, Cari denge/GSYH, Bütçe dengesi/GSYH) yararlanılmıştır. Bu beş temel göstergenin her birine %20'lik ağırlık verilerek oluşturulan makroekonomik performans endeksi ile ülkeler karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda incelenen ülkeler içerisinde makroekonomik performansı en iyi olan ülke 100,72'lik endeks değeri ile Güney Kore olurken, Güney Kore'yi 98,22'lik endeks değeri ile Endonezya ve 97,78'lik endeks değeri ile Meksika takip etmektedir. İncelenen ülkeler içerisinde makroekonomik performansı en zayıf durumda olan ülke ise 95,94'lük endeks değeri ile Türkiye olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Türkiye, MIST Ekonomileri, Makroekonomik Performans

After The Global Crisis Analysis of Macro-Economic Performance in MIST Economies

Abstract: Jim O'Neill, the economist of Goldman Sachs, developed the MIST definition which explains countries that are Mexico, Indonesia, South Korea and Turkey. The criteria of O'Neill is the fact that high stock Exchange and bond market returns are exists in MIST countries. Furthermore, it is seen that these countries have potential for trade markets and economic growth. The purpose of this study is to analyze comparatively the macroeconomic performance of the MIST economies during 2009-2017. This study employs 5 factors (Economic growth rate, inflation rate, unemployment rate, current deficit/GDP, Budget balance/GDP). Countries analyzed comparatively with the macroeconomic performance index, which is formed by weighting at 20% each of these five basic indicators. In result of the study, the country with the best macroeconomic performance among the examined countries is South Korea with the index value of 100.72. South Korea is followed by Indonesia with an index value of 98.22 and Mexico with an index value of 97.78. Turkey has been most vulnerable among countries in the study with 95.94 index value of macroeconomic performance.

Key Words: Turkey, MIST Economies, Macro- Economic Performance

1. Giriş

Goldman Sachs ekonomisti Jim O'Neill, 2001 yılında BRIC kısaltmasını ortaya atmıştır (O'Neill, 2001). O'Neill, 2011 yılında Türkiye'nin de aralarında bulunduğu dört ülke (Meksika-Endonezya-Güney Kore-Türkiye) için yine bu ülkelerin İngilizce baş harflerinden "MIST" ifadesini geliştirmiştir. MIST ekonomileri içerisinde 2017 yılı itibarıyla en kalabalık ülke 264 milyonluk nüfusu ile Endonezya'dır. Endonezya'yı 129 milyonluk nüfusu ile Meksika, 81 milyonluk nüfusu ile Türkiye ve 51 milyonluk nüfusu ile Güney Kore takip etmektedir (Worldometers, 2018). 2017 yılı itibarıyla 1,5 trilyon USD'lik GSYH'si ile Güney Kore MIST ülkeleri içerisindeki en büyük ekonomidir. Meksika 1,1 trilyon USD'lik GSYH'si ile ikinci, Endonezya 1,1 trilyon USD'lik GSYH'si ile üçüncü ve Türkiye 851 milyar USD'lik GSYH'si dördüncü sırada yer almaktadır (Worldbank, 2018). Dünya Ekonomik Forumu'nun 2017-2018 Küresel Rekabetçilik Endeksi'nde (KRE) incelenen 137 ülke içerisinde Güney Kore 26., Endonezya 41., Meksika 51. ve Türkiye 53. sıradadır (Weforum, 2018).

Goldman Sachs ekonomisti O'Neill'in yeni kısaltması için aldığı kriter bu ülkelerin tahvillerinin ve hisse senetlerinin yatırımcısına yüksek getiri sağlaması olsa da MIST ülkelerinin bölgelerindeki büyük pazar ve büyüme hacimleri ile önemli potansiyellere sahip oldukları görülmektedir.

Bu çalışmanın amacı, MIST ekonomilerinin 2009-2017 dönemindeki makroekonomik performansını karşılaştırmalı olarak analiz etmektir.Bu amaçla çalışmada beş temel makroekonomik gösterge tek bir endekse dönüştürülerek ülkeler skorlarına göre karşılaştırılmıştır.

2 .MIST Ekonomilerinin Makroekonomik Performans Analizi

2.1.MIST Ekonomilerinin Büyüme Performansı

2009-2017 döneminde MIST ekonomilerinde büyüme hızı %4'dür. Dönem ortalamasının üstünde performans gösteren ülkeler %5,5 ile Türkiye, %5,4 ile Endonezya'dır. Güney Kore %3'lük ve Meksika %2,1'lik büyüme performansı ile dönem ortalamasının altında kalan ülkeler olmuştur. Dönem boyunca sadece Türkiye (-%4,7) ve Meksika (-%5,2) 2009 yılında negatif büyüme yaşamıştır. MIST ekonomileri içinde yıl bazında en fazla büyümeyi 2011 yılında %11,1'lik büyüme performansı ile Türkiye ekonomisi gerçekleştirmiştir. Diğer taraftan MIST ekonomilerinde 2009 yılında büyüme oranı ortalaması -%1,12 iken 2017 yılında %4,25'e kadar yükselmiştir. Tablo 1'de MIST ekonomilerinin 2009-2017 dönemi büyüme oranı göstergesi verilmektedir.

Tablo 1. Büyüme Oranı (%)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2009-17
Endonezya	4,7	6,3	6,1	6,0	5,5	5,0	4,8	5,0	5,0	5,4
Meksika	-5,2	5,1	3,6	3,6	1,3	2,8	3,2	2,9	2,0	2,1
G. Kore	0,7	6,4	3,6	2,2	2,8	3,3	2,7	2,8	3,0	3,0
Türkiye	**-4,7**	**8,4**	**11,1**	**4,7**	**8,4**	**5,1**	**6,0**	**3,1**	**7,0**	**5,5**

Kaynak: IMF (2018), World Economic Outlook, (01.09.2018).

2.2.MIST Ekonomilerinin Enflasyon Performansı

2009-2017 döneminde MIST ekonomilerinde ortalama enflasyon %4,7 olmuştur. Bahsi geçen dönemde en düşük enflasyon ortalamasına sahip olan ülke %1,9 ile Güney Kore olurken, en yüksek enflasyon ortalamasına sahip olan ülke %8,2 ile Türkiye olmuştur. Türkiye 2009-2017 döneminde %8,2'lik enflasyon oranı ortalaması ile MIST ekonomileri içerisinde en yüksek enflasyon ortalamasına sahip ülke olmuştur. MIST ekonomilerinde 2009 yılında enflasyon oranı ortalaması %4 iken 2017 yılında %5,9'a kadar yükselmiştir. Tablo 2'de MIST ekonomilerinin 2009-2017 dönemi enflasyon oranı göstergesi verilmektedir.

Tablo 2. Enflasyon Oranı (%)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2009-17
Endonezya	3,0	6,9	3,7	3,6	8,0	8,3	3,3	3,0	3,6	4,8
Meksika	3,5	4,4	3,8	3,5	3,9	4,0	2,1	3,3	6,7	3,9
G.Kore	2,8	3,0	4,1	1,4	1,1	0,8	1,1	1,3	1,4	1,9
Türkiye	**6,5**	**6,4**	**10,4**	**6,1**	**7,4**	**8,1**	**8,8**	**8,5**	**11,9**	**8,2**

Kaynak: IMF (2018), World Economic Outlook, (01.09.2018).

2.3.MIST Ekonomilerinin İstihdam Performansı

2009-2017 döneminde MIST ekonomilerinde ortalama işsizlik oranı %6,2 olmuştur. Bahsi geçen dönemde MIST ekonomileri içerisinde en düşük işsizlik oranı ortalamasına sahip olan ülke %4,7 ile Meksika olurken, en yüksek işsizlik oranı ortalamasına sahip olan ülke %3,5 ile Güney Kore olmuştur. 2009-2017 dönemi ortalamalarına göre, Türkiye MIST ekonomileri ortalamasının üzerinde bir işsizlik oranına sahip olduğu görülmektedir. MIST ekonomilerinde 2009 yılında işsizlik oranı ortalaması %7,4 iken 2017 yılında %5,9'a kadar yükselmiştir. Tablo 3'te MIST ekonomilerinin 2009-2017 dönemi işsizlik oranı göstergesi verilmektedir.

Tablo 3. İşsizlik Oranı (%)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2009-17
Endonezya	7,8	7,1	6,5	6,1	6,2	5,9	6,1	5,6	5,4	6,3
Meksika	5,3	5,2	5,1	4,8	4,9	4,8	4,3	3,8	3,4	4,6
G. Kore	3,6	3,7	3,4	3,2	3,1	3,4	3,5	3,6	3,6	3,5
Türkiye	**13,0**	**11,1**	**9,0**	**8,4**	**9,0**	**9,9**	**10,2**	**10,9**	**11,0**	**10,3**

Kaynak: IMF (2018), World Economic Outlook, (01.09.2018)

2.4.MIST Ekonomilerinin Dış Denge Performansı

2009-2017 döneminde, MIST ekonomileri ortalama olarak GSYH'lerinin %0,8'i oranında cari işlemler açığı vermişlerdir. Güney Kore dönem ortalamalarına göre cari işlemler fazlası veren tek ülke olurken diğer ülkeler cari işlemler açığı vermişlerdir. Türkiye 2009-2017 dönemi ortalamalarına göre GSYH'sinin %5,1'i oranında cari işlemler açığı ile MIST ekonomileri içerisinde en yüksek cari işlemler açığı veren ülke olmuştur. Türkiye, 2009-2017 döneminin tamamında yıl bazında diğer MIST ekonomilerinden daha fazla cari işlemler açığı verdiği görülmektedir. Tablo 4'de MIST ekonomilerinin 2009-2017 dönemi cari denge/GSYH göstergesi verilmektedir.

Tablo 4. Cari Denge/GSYH (%)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2009-17
Endonezya	1,8	0,7	0,1	-2,6	-3,1	-3,0	-2,0	-1,8	-1,7	-1,3
Meksika	-0,8	-0,4	-1,0	-1,5	-2,4	-1,8	-2,5	-2,1	-1,6	-1,6
G. Kore	3,7	2,6	1,5	4,1	6,2	5,9	7,6	7,0	5,1	4,9
Türkiye	**-1,7**	**-5,7**	**-8,9**	**-5,4**	**-6,6**	**-4,6**	**-3,7**	**-3,8**	**-5,5**	**-5,1**

Kaynak: IMF (2018), World Economic Outlook, (01.09.2018).

2.5.MIST Ekonomilerinin İç Denge Performansı

MIST ekonomileri 2009-2017 döneminde ortalama olarak GSYH'lerinin %1,5'İ kadar bütçe açığı vermişlerdir. Dönem ortalamalarına göre en yüksek bütçe açığı veren ülke %3,1 ile Meksika olurken, %1,1'lik performansı ile Güney Kore bütçe fazlası vermiştir. Türkiye 2009-2017 dönemi ortalamalarına göre %2,2'lik bütçe açığı ile MIST ekonomileri içerisinde en yüksek bütçe açığı veren ikinci ülke olmuştur. Diğer taraftan 2009 yılına göre 2017 yılında Endonezya'nın bütçe açığı artarken, Meksika ve Türkiye'nin bütçe açığı azalmıştır. Tablo 5'te MIST ekonomilerinin 2009-2017 dönemi bütçe dengesi/GSYH göstergesi verilmektedir.

Tablo 5. Bütçe Dengesi/GSYH (%)

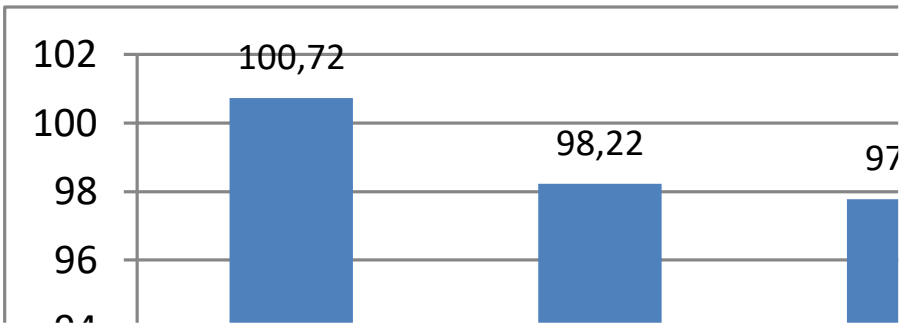
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2009-17
Endonezya	-1,6	-1,2	-0,7	-1,5	-2,2	-2,1	-2,6	-2,4	-2,4	-1,9
Meksika	-4,9	-3,8	-3,3	-3,7	-3,7	-4,5	-4,0	-2,7	-1,0	-3,1
G. Kore	0,0	1,5	1,6	1,5	0,6	0,4	0,5	1,7	1,9	1,1
Türkiye	**-5,8**	**-3,4**	**-0,6**	**-1,8**	**-1,4**	**-1,4**	**-1,2**	**-2,3**	**-2,2**	**-2,2**

Kaynak: IMF (2018), World Economic Outlook, (01.09.2018).

3.Makroekonomik Performans Endeksi

Çalışmada büyüme, enflasyon, işsizlik, cari denge ve bütçe dengesinden oluşan makroekonomik performans endeksi oluşturulmuştur. Endekste büyüme, cari işlemler ve bütçe fazlası pozitif, daralma, enflasyon, işsizlik, cari işlemler ve bütçe açığı negatif olarak hesaplamaya dahil edilmiştir. Makroekonomik performans endeksi hesaplanırken büyüme, cari işlemler, bütçe dengesi, enflasyon ve işsizlik oranına eşit ağırlık (%20) verilerek hesaplama yapılmıştır. Makroekonomik göstergelere verilen ağırlık ile ortaya çıkan değerlere 100 ilave edilerek makroekonomik performans endeksi elde edilmiştir. Endeksin 100'ün üzerinde olması veya bir önceki yıla göre yükselmesi, ekonominin performansında olumlu bir gelişme olduğunu, 100'ün altında olması veya bir önceki yıla göre düşmesi ise, ekonominin performansında olumsuz bir gelişme olduğunu göstermektedir (Yükseler, 2017: 9-10). 2009-2017 dönemi ortalamasına göre, Türkiye'nin makroekonomik performans endeksi 95,94'tür. MIST ekonomilerinin 2009-2017 dönemi makroekonomik performans endeksi ortalaması ise 98,16'dır. Makroekonomik performansı en iyi olan ülke 100,72 endeks değeri ile Güney Kore olurken, Endonezya 98,22'lik ve Meksika 97,78'lik endeks değerleri ile Endonezya'dan sonra en iyi performans gösteren ülkeler olmuşlardır. Grafik 1'de MIST ekonomilerinde 2009-2017 döneminde makroekonomik performans endeksi (MPE) ortalaması gösterilmektedir.

Grafik 1: MIST Ekonomilerinde MPE (2009-17)



Kaynak: Yazar tarafından hesaplanmıştır.

4. Sonuç

MIST ekonomileri içinde Güney Kore dünyanın en büyük 12., Meksika 15., Endonezya 16. ve Türkiye 17. ekonomidir. Refah açısından bakıldığında Güney Kore 29.000 USD'ye yaklaşan kişi başına düşen gelir ile ilk sırada yer alırken Güney Kore'yi 11.000 USD ile Türkiye, 8.500 USD ile Meksika ve 3.800 USD Endonezya takip etmektedir. MIST ekonomilerinin makroekonomik performansını belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada beş göstergeden (büyüme oranı, enflasyon oranı, işsizlik oranı, cari denge/GSYH, bütçe dengesi/GSYH) yararlanılmıştır. 2009-2017 döneminde Türkiye ekonomisinin makroekonomik performans endeksi 95,94'tür. MIST ekonomilerinin 2009-2017 dönemi makroekonomik performans endeksi ortalaması ise 98,16'dır. Makroekonomik performansı en iyi olan ülke 100,72 endeks değeri ile Güney Kore olurken, Güney Kore'yi 98,22 endeks değeri ile Endonezya ve 97,78'lik endeks değeri ile Meksika takip etmektedir. Diğer taraftan MIST ekonomileri içerisinde Türkiye 2009-2017 dönemi ortalamalarına göre %5,5'lik ortalama büyüme performansı ile en iyi büyüme performansını gösteren ülke olmuştur. Güney Kore 2009-2017 dönemi ortalamalarına göre %1,2'lik enflasyon ve %3,5'lik işsizlik oranı ortalaması ile en düşük enflasyon ve işsizlik oranı performansını gösteren ülke olmuştur. Güney Kore ayrıca 2009-2017 dönemi ortalamalarına göre %1,1'lik bütçe fazlası ve %4,9'luk cari işlemler fazlası vererek MIST ekonomileri içerisinde bu iki gösterge bakımından da en iyi performans gösteren ülke olmuştur.

Kaynakça

IMF, (2018), World Economic Outlook, (01.09.2018).

JIM O□NEILL, (2001), Goldman Sachs, Building Better Global Economic BRICs, Goldman Sachs, Global Economics P. No: 66

YÜKSELER, Zafer (2017), "Türkiye'nin Göreli Makroekonomik Performansı - 2003-2016 Dönemi Ülke Karşılaştırması"https://www.researchgate.net/publication/318497727_Turkiye%27nin_Makro ekonomik _Performansi_2003- 2016_Donemi_Ulke_Karsilastirmasi (01.09.2018).

WEF (2018), Global Competitiveness Index, https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2017-2018 (01.09.2018).

WORLDBANK (2018), http://databank.worldbank.org/data/download/GDP.pdf (01.09.2018).

WORLDOMETERS (2018), http://www.worldometers.info/world-population/ (01.09.2018).

Tarım Kredi Kooperatiflerinde Tasfiye İşlemleri*

Öğretim Görevlisi Hande Özolgun[1]

[1]Namık Kemal Üniversitesi Marmara Ereğlisi Meslek Yüksekokulu,Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü, hozolgun@nku.edu.tr

Özet: Kooperatifin asıl amacı diğer şirketlerde olduğu gibi kar elde edebilmek değil, kooperatifin ortaklarının ihtiyaçlarını karşılayabilmektir. Kooperatiflerin odağında bireyin kendisi bulunmaktadır. Artık son zamanlarda sadece sermaye odaklı olan anlayışın yanlış olduğu düşünülmüş, böylece kooperatifler gibi birey odaklı girişimlere ilgi artmıştır. Tarım kredi kooperatifleri de bu anlayıştan hareketle, ortaklarına uygun koşullarda kredi sağlamak temel amaç olmuştur. Küçük ve orta büyüklükteki çiftçilere düşük faizli ve maliyetli kredi sağlamak temel amaçtır. Bankalar büyük çiftçilere kredi vermekte, küçük çiftçi işletmelerine zorluk çıkartmaktadırlar. Bu çiftçilerin teminat olarak gösterebileceği varlığı yok denecek kadar azdır. Bu durumda da çiftçilerin başvuracakları tek kuruluş tarım kredi kooperatifleri olmuştur.

Bu çalışma, tarım kredi kooperatiflerinde tasfiye işlemlerinin ne şekilde yapıldığı ve tasfiye işlemlerinin nasıl muhasebeleştirildiği hakkında bilgi vermek amacıyla yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tarım kredi kooperatifi, tasfiye, varlık, borç

Abstract: The main purpose of the cooperative is not to make profit like other companies, but to be able to meet the needs of cooperative partners. The focus of cooperatives are the individual itself.It is now thought that only the capital-centered understanding was wrong in the last few years, so that interest in human-oriented initiatives like cooperatives has increased. Agricultural credit cooperatives have been the main aim of providing credits under the conditions appropriate to their partners. The main objective is providing low-interest and cost-effective loans to small and medium-sized farmers. Banks give loans to large farmers, making it difficult for small farmers to operate. The existence of these farmers as collateral is not enough to be tested. In this case, the only institution that farmers will apply is agricultural credit cooperatives.

This study was conducted in order to give information about how liquidation procedures in agricultural credit cooperatives are made and how liquidation transactions are accounted.

Keywords: Agricultural credit cooperatives, liquidation, assets, liability

1. GİRİŞ

Geçmişten bu güne kadar insanların dayanışma içinde olma istekleri toplumsal sınıfları, bu sınıflar iş bölümü olanaklarını, gelişen bu olanaklar da ekonomik grupları ortaya çıkarmıştır. Bu gruplar da çeşitli mesleklerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu toplumsal sınıfların ve meslek gruplarının arasında oluşan işbirliği ise kooperatiflerin doğmasının başlangıcıdır. İnsanlarda bilinçli kooperatif düşüncesi 19. yüzyılın başlarında kendini göstermeye başlamıştır. Gelir dağılımında meydana gelen dengesizlikler, küçük birimleri ekonomik işbirliği yapmaya zorlayarak, onları birlikte hareket düşüncesi etrafında örgütlenmelerini sağlayarak kooperatiflerin ortaya çıkmasını hızlandırmıştır(Güngör,2006: 10).

Ekonomik anlamda gelişmiş ülkelerin iktisadi yapılarına bakıldığında kooperatifçilik hareketine verilen önemin değerli bir taşıyıcı rol üstlendiği görülmektedir. Fakat ülkemize bakıldığında, tarım kooperatiflerinin sorunları oldukça fazladır. Üreticilerde örgütlenme bilincinin tam olarak oluşmaması, yöneticilerin ve ortakların kooperatifçilik ilkelleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmamaları gibi sorunlar kooperatifçilik hareketinin gelişimini önlemektedir(İnan, 2008 :279).

Yapılan bu çalışma ile amaç küçük çiftçi işletmelerine kredi sağlayan tarım kredi kooperatiflerinde tasfiye işlemleri hakkında genel bilgiler verilmesi, muhasebe ve tek düzen hesap doğrultusunda tasfiye durumunda yapılacak işlemler ve muhasebe kayıtları hakkında bilgi verilmesidir.

* Bu makale Öğretim Görevlisi Hande ÖZOLGUN'un yüksek lisans tezinden faydanılarak hazırlanmıştır

2. TARIM KREDİ KOOPERATİFLERİNDE TASFİYE İŞLEMLERİ

Bir kooperatifin tasfiyesi demek alacaklarının tahsili, varlıklarının paraya çevrilmesi, borçlarının ödenmesi ve kalan borçların ortaklar arasında paylaştırılması ve böylece kooperatifin hukuken ve fiilen çalıştırma hayatının sona erdirilmesi demektir.

2.1. Kooperatiflerde Tasfiye Nedenleri

Kooperatiflerin dağılma nedenleri Kooperatifler Kanunu'nun 81. maddesinde belirlenmiştir. Kooperatifler;

- Ana sözleşme gereğince,
- Genel kurul kararıyla,
- İflasın açılmasıyla,
- Kanunlarda öngörülen diğer hallerde, ilgili Bakanlığın mahkemeden alacağı kararla,
- Başka bir kooperatifle birleşme veya bu kooperatifin devralınması durumunda,
- Üç yıl olağan genel kurul toplantısını yapmaması durumunda,
- Amaca ulaşma olanağının bulunmadığının ilgili Bakanlıkça belirlenmesi durumunda, mahkemeden alacağı kararla dağılır.

Yukarıda sayılan nedenler sonucu kooperatif tasfiye durumuna girer.

2.2.Tasfiye Kurulu

- Dağılan kooperatif tasfiye edilir. Tasfiye işlemlerini yürütmek için Tasfiye Kurulu seçilir.
- Kooperatifin tasfiyesine genel kurul karar vermiş ise tasfiye kurulu üyelerini genel kurul seçer.
- Kooperatifin tasfiyesine mahkeme karar vermişse bu durumda tasfiye kurulu üyelerini mahkeme seçer.
- Genel kurul kararı ile seçilen tasfiye kurulu üyeleri, genel kurul tarafından her zaman azledilebilir ve yerlerine yenileri tayin olunabilir.

2.3. Dağılmanın Tasfiye Memurlarınca Tasfiye ve İlanı

Kooperatiflerin iflastan başka nedenlerle dağılması durumunda, yönetim kurulu, dağılma kararını ve tasfiye memurlarını ticaret siciline tescil ve ilan ettirir(Kooperatifler Kanunu, md.82; TTK 438 ve 441/2 md). Dağılma kararı, ticaret sicil gazetesinde birer hafta ara ile 3 defa ilan ettirilir. Alacakların bu ilanlara göre 1 yıl içinde müracaat etmeleri zorunludur. Bir yıllık sürenin başlama tarihi üçüncü ilanı yapıldığı tarihtir(TTK, md 439/2) Tasfiyesine başlanan kooperatifin tüzel kişiliği tavsiye işlemleri sonuçlanıncaya kadar devam eder. Fakat kooperatifle hukuki işlemlerde bulunacakları uyarmak için kooperatifin unvanına 'tasfiye halinde' ibaresinin eklenmesi gerekir(TTK, md 439/2).

2.4. Tasfiye İşlemleri

Tasfiye kurulu göreve başladığında önce mevcut durumu tespit amacıyla tasfiyeye başlama bilançosu düzenler. Bu bilanço tavsiye memurları ile yönetim kurulu üyelerince imzalanır. Yönetim kurulu üyelerinin çekimser kalmaları durumunda sadece tasfiye memurlarınca imzalanır.

Tasfiye memurları göreve başladıklarında, envanterde kayıtlı tüm varlıklar ile muhasebe defter, belge ve diğer evraklara el koyarlar. Artık kooperatifin tüzel kişiliğini temsil yetkisi tasfiye memurlarına aittir. Tasfiye memurları kooperatifin önceden başlamış işlerini tamamlamak pay bedellerinin henüz ödenmemiş olan kısımlarını gerektiğinde tahsil etmek aktiflerini paraya çevirmek ve kooperatifin borçların ödemekle yükümlüdür(TTK MD. 446/1).

Tasfiye memurları, kooperatiften alacak oldukları defter ve belge kayıtlarından anlaşılanlara ve adresi bilinenlere taahhütlü mektupla, diğer alacaklılara Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi'nde ilan edilmek suretiyle, alacaklarını beyana davet ederler (TTK md.45)

Genel kurul aksine karar vermiş olmadıkça, tasfiye kurulu kooperatifin mevcutlarını açık artırma veya pazarlık usulü ile satabilir. Kooperatif varlıklarının borçları karşılayamadığı anlaşılırsa tasfiye kurulu durumu derhal mahkemeye bildirmekle yükümlüdür(TTK md 446/2).

2.5. Tasfiye Sonrası Varlıkların Paylaştırılması

Tasfiye durumundaki kooperatifin bütün borçları ödendikten sonra geriye bir takım değerler artarsa bunlar ancak ana sözleşmede hüküm bulunduğu takdirde ortaklar arasında paylaştırılır. Paylaştırma aksine hüküm bulmadıkça ortaklar arasında eşit olarak yapılır. Bu paylaşma normal olarak en erken alacakların üç defa davet olunduğu günden hesaplanarak bir yıl dolmadıkça yapılmaz(TTK 447/2).
Ortaklara paylaştırma yapılacağına dair ana sözleşmede açıklama olmadığı takdirde, tasfiye sonucundan arta kalan miktar kooperatifleşme amaçlarına uygun olarak harcanmak üzere Türkiye Milli Kooperatifler birliğine bırakılır(Kooperatifler Kanunu Md. 83).

2.6. Tasfiye Sonu İşlemleri

Tasfiye kurulu tarafından tasfiyenin gerektirdiği bütün işlemler yapıldıktan sonra tasfiye sonucunu gösteren ve son bilanço olan tasfiye sonu bilançosu düzenlenir ve onaylanması için genel kurul toplantıya çağrılır. Kooperatifler Kanunu'nun 81. Maddesinde, sözleşmelerde özel bir nisap belirlenmedikçe, tasfiye halindeki kooperatiflerin genel kurullarında çoğunluğun aranmayacağı hükmü getirilmiştir. Bu durumda kararlar genel kurula katılanların oyları ile yerine göre oy çokluğu bile alınmayacaktır. Böyle bir genel kurulda tasfiye sonu bilançosunun kabul edilmesiyle bilanço kesinleşmiş olur.
Tasfiye evrak defterleri, Türk Ticaret Kanunu'nun 68. Maddesine göre 10 yıl süre ile saklanması gerektiğinden söz konusu defterler saklanmak üzere ya tasfiye memurlarından birine ya da notere teslim edilir.

Örnek: Malkara tarım kredi kooperatifinin tasfiyesine karar verilmiştir. Tasfiye kurulunun tasfiyeye başlarken düzenlediği, tasfiyeye başlama bilançosu şöyledir;

MALKARA TARIM KREDİ KOOPERATİFİ 01.12.2017 TARİHLİ TASFİYEYE BAŞLAMA BİLANÇOSU

AKTİF		**PASİF**	
1.DÖNEN VARLIKLAR……..680.000		**3.KISA VADE.YAB.KAYN……...700.000**	
KASA……..55.000		SATICILAR……..340.000	
ALINAN ÇEKLER……..30.000		BORÇ SENET……..360.000	
BANKALAR……...350.000			
(-)VERİLEN ÇEK VE ÖDEME EMİRLERİ…….(.45.000)		**4.UZUN VADELİ YAB. KAYN…… -**	
ALICILAR……..150.000			
ALC.SENT……..100.000		**5.ÖZ KAYNAKLAR……550.000**	
TİC. MALLAR……..40.000			
		SERMAYE……..400.000	
2.DURAN VARLIKLAR……...570.000		YASAL YEDEKLER……150.000	
DEMİRBAŞLAR……...600.000			
(-)BİR.AMORT……(30.000)			
TOPLAM	1.250.000	TOPLAM	1.250.000

TASFİYE BİLGİLERİ

- Tasfiye başlama bilançosuna göre açılış kaydını yapınız.

100 KASA HESABI	55.000	
101 ALINAN ÇEKLER HESABI	30.000	
102 BANKALAR HESABI	350.000	
121 ALACAK SENETLERİ HESABI	100.000	
153 TİCARİ MALLAR HESABI	40.000	
255 DEMİRBAŞLAR HESABI	600.000	
120 ALICILAR HESABI	150.000	
103 VERİLEN ÇEKLER VE ÖDEME EMİRLERİ HESABI		45.000
257 BİRİKMİŞ AMORTİSMANLAR HESABI		30.000
320 SATICILAR HESABI		340.000
321 BORÇ SENETLERİ HESABI		360.000
500 SERMAYE HESABI		400.000
540 YASAL YEDEKLER HESABI		150.000

- Malkara Tarım kredi kooperatifinin kasasındaki paranın tamamı Ziraat Bankası'nda açtırılan tasfiye hesabına yatırılmıştır.

102 BANKALAR HESABI	55.000	
102.02. Ziraat Bankası 55.000		
100 KASA HESABI		55.000

- Cüzdandaki çekler aynı bedelde tahsil edilerek Ziraat Bankası'nda bulunan hesaba yatırılmıştır.

102 BANKALAR HESABI	30.000	
102.02. Ziraat Bankası 30.000		
101 ALINAN ÇEKLER HESABI		30.000

- Verilen çeklerin bedelleri gerekli kişilere aynı değerle ödenmiştir.

103 VERİLEN ÇEKLER VE ÖDEME EMİRLERİ HESABI	45.000	
103.02. Ziraat Bankası 45.000		
102 BANKALAR HESABI		45.000

102.02. Ziraat Bankası 45.000		

- 150.000 TL'lik senetsiz alacak vadesinden önce 120.000 TL'ye peşin bedelle tahsil edilmiştir.

102 BANKALAR HESABI	120.000	
102.02 Ziraat Bankası 120.000		
689 DİĞER OLAĞANDIŞI GİDER VE ZARARLAR HESABI	30.000	
120 ALICILAR HESABI		150.000
120.01.Alıcı A 150.000		

- 100.000 TL değerinde alacak senetleri vadesinden önce 75.000 TL'ye tahsil edilmiştir.

102 BANKALAR HESABI	75.000	
102.02 Ziraat Bankası 75.000		
689 DİĞER OLAĞANDIŞI GİDER VE ZARARLAR HESABI	25.000	
121 ALACAK SENETLERİ HESABI		100.000
121.01.Alıcı A 100.000		

- İşletme elindeki ticari malları 100.000 TL+ 10.000 TL KDV'ye peşin olarak satmış, bedelini nakden tahsil etmiştir.

102 BANKALAR HESABI	100.000	
102.02 Ziraat Bankası 110.000		
600 YURTİÇİ SATIŞLAR HESABI		100.000
391 HESAPLANAN KDV		10.000
621 SATILAN MALIN MALİYETİ HESABI	40.000	
153 TİCARİ MALLAR HESABI		40.000

- Demirbaşlar 1.000.000 + % 10 KDV'ye satılmış, bedeli kooperatifin Ziraat Bankası'ndaki hesabına yatırılmıştır.

102 BANKALAR HESABI	1.100.000	
257 BİRİKMİŞ AMORTİSMANLAR HESABI	30.000	
255 DEMİRBAŞLAR HESABI		600.000

255.02. Büro Malzemesi 800.000		
391 HESAPLANAN KDV HESABI		100.000
679 DİĞER OLAĞANDIŞI GELİR VE KARLAR HESABI		430.000

- Kooperatifin senetsiz ve senetli borçları erken ödeme sebebiyle % 10 eksiğine ödenmiştir.

320 SATICILAR HESABI	340.000	
320.02 Satıcı B		
102 BANKALAR HESABI		306.000
102.02. Ziraat Bankası 532.800		
679 DİĞER OLAĞANDIŞI GELİR VE KARLAR HESABI		34.000

321 BORÇ SENETLERİ HESABI	360.000	
320.02 Satıcı C		
102 BANKALAR HESABI		324.000
102.02. Ziraat Bankası 532.800		
679 DİĞER OLAĞANDIŞI GELİR VE KARLAR HESABI		36.000

- Kooperatif tarafından 5.000 TL+% 10 KDV tutarında tasfiye gideri Ziraat Bankası'ndaki hesaptan ödenmiştir.

632 GENEL YÖNETİM GİDERİ HESABI	5.000	
632.25.Tasfiye gideri		
191 İNDİRİLECEK KDV HESABI	500	
102 BANKALAR HESABI		5.500
102.02.Ziraat Bankası		

- Katma değer vergisi ile ilgili beyanname doldurulup vergi dairesine Ziraat Bankası'ndaki hesaptan ödenmiştir.

391 HESAPLANAN KDV HESABI	110.000	
191 İNDİRİLECEK KDV HESABI		500
360 ÖDENECEK VERGİ VE FONLAR HESABI		109.500

360 ÖDENECEK VERGİ VE FONLAR HESABI	109.500	
102 BANKALAR HESABI		109.500

102.02. Ziraat Bankası 75.000		

- Gelir hesaplarının kar zarar hesabına devredilmesi

600 YURTİÇİ SATIŞLAR HESABI	100.000	
679 DİĞER OLAĞANDIŞI GELİR VE KARLAR HESABI	500.000	
690 DÖNEM KARI VEYA ZARARI HESABI		600.000

- Gider hesaplarının kar zarar hesabına devri

690 DÖNEM KARI VEYA ZARARI HESABI	100.000	
621 SATILAN TİCARİ MALIN MALİYETİ HESABI		40.000
632 GENEL YÖNETİM GİDERİ HESABI		5.000
689DİĞER OLAĞANDIŞI GİDER VE ZARARLAR HESABI		55.000

- Gelir gider hesabının net kar hesabına devredilmesi

690 DÖNEM KARI VEYA ZARARI HESABI	500.000	
590 DÖNEM NET KARI HESABI		500.000

- Tasfiye sonucunda edilen karın ortaklara dağıtılması

500 SERMAYE HESABI	150.000	
540 YASAL YEDEKLER HESABI	400.000	
590 DÖNEM NET KARI HESABI	500.000	
331 ORTAKLARA BORÇLAR HESABI		1.050.000

3. SONUÇ

Küreselleşen dünyada başarı sağlayabilmenin en önemli yolu örgütlü kuruluşlardır. Bu sebeple, kooperatif çatısı altında bütünleşmek son derece faydalı olmaktadır. Ülkemizde bulunan tarım işletmelerinin çoğu küçük işletmelerdir. Bu işletmelerin çoğunun tarım kredi kooperatiflerinin dışında kalan kaynaklardan kredi sağlayabilmeleri, yeterli teminat gösterememeleri sebebiyle neredeyse imkânsızdır. Bu nedenle, çiftçilerin desteklenmesi ancak tarım kredi kooperatiflerinin devlet tarafından desteklenmesiyle olacaktır.

Üretici olan çiftçiler üretim için ihtiyaç duyduğu krediyi şahıslardan ya da tefecilerden yüksek faiz oranlarıyla ve uygun olmayan koşullarda almak zorunda kalmaktadırlar. Üreticilerin uygun olmayan şartlarda kredi kullanmadan bu durumdan olumsuz etkilenmemesi için devlet bankaları ve kooperatifleri, kredi vermek üzere

görevlendirmiştir. Çiftçileri olumsuz şartlardan koruyabilmek, daha uygun koşullarda kredi sağlamak ve modern girdi kullanımına imkân sağlamak için en rasyonel kredi kaynağı tarım kredi kooperatifleri olmuştur.

Bütün kooperatiflerde olduğu gibi tarım kredi kooperatifleri de ekonomik ve sosyal niteliğe sahip olan kuruluşlardır. Diğer şirketlerde olduğu gibi alış, satış, borç ve alacak gibi birçok faaliyet gerçekleştirmekte ve yaptıkları bu işlemleri de muhasebe defterlerine Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkelerine uygun olarak kaydetmektedirler. Dönem sonlarında ise temel mali tablolar olan bilanço ve gelir tablolarını düzenleyerek dönemde elde edilen kar veya zarar gibi faaliyet sonucuna ulaşmaktadırlar. Tarım kredi kooperatifleri, tüm faaliyetleri sırasında mali yasaların hükümlerine uymakla yükümlüdürler. Bu sebeple kooperatifte iyi bir muhasebe sistemine ihtiyaç duyulmaktadır. Muhasebe sistemi ile edinilen sonuçlar sadece ortaklar açısından bir gereklilik değildir, bunun yanında alacaklılar ve mali nitelikteki tüm yükümlülükler açısından da gereklidir.

Yapılan bu çalışma sonunda, muhasebenin tüm işletmeler ve kooperatifler için ortak bir dil olduğu görülmüştür. Tüm sermaye ve ticaret şirketleri ve kooperatifler aynı hesap planını kullanmakta, tüm işlemlerini Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkelerine uygun olarak gerçekleştirmektedirler. Kooperatiflerin kullandığı ve esas aldığı tüm kurallar birbirinin aynısıdır. İster bir adi şirket olsun, ister bir tarım kredi kooperatifi olsun burada yapılacak olan kayıtlar ve kullanılacak olan hesaplar birbirinin aynısıdır. Sadece kooperatiflerin sahip olduğu özellikleri nedeniyle ve Kooperatifler Kanunu gereğince bazı işlemler sermaye ve ticaret şirketlerinde farklılaşmaktadır (risturn dağıtımı, sermaye taahhüdünün ¼'ünün bloke edilmesi, üst birliklerden mal alımı gibi) Muhasebenin kayıtları ve mantığı hiçbir zaman değişmemektedir.

KAYNAKÇA

Güngör S (2006). Ecza Kooperatiflerinde Muhasebe Sistemi Ve Uygulama Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

İnan İ.H (2008). Türkiye'de Tarımsal Kooperatifçilik ve AB Modeli. İTO Yayınları, İstanbul

Kooperatifler Kanunu

Türk Ticaret Kanunu

Yarı-Başkanlık Sistemi İncelemesi "Rusya Örneği"

Öğr.Gör.Senem Demirkıran[1]

[1]Trakya Üniversitesi / İpsala MYO, Hukuk Bölümü, Adalet Programı, senemdemirkiran@trakya.edu.tr

Özet: Hükümet sistemleri, ülkeden ülkeye farklılık ve çeşitlilik gösteren devletin yönetilmesini, diğer devletlerle ilişkilerini ifade eden önemli unsurlardır. Hükümet sistemleri; meclis hükümeti, kabine sistemi, parlamenter sistem, başkanlık sistemi, yarı başkanlık sistemi olarak beşe ayrılmaktadır. Hükümet sistemleri, kuvvetler birliği ve kuvvetler ayrılığı ilkelerine göre de ayrımda değişiklik göstermektedirler. Siyasi literatüre 1980 yılında Maurice Duverger tarafından yapılan tanımla geçen "yarı-başkanlık" sistemi Duverger tarafından şu şekilde tanımlanmıştır: "Bir siyasi rejim, anayasasında üç unsuru içeriyorsa yarı-başkanlık olarak kabul edilir: ilki Başkan halk tarafından seçilmektedir. İkincisi Başkan önemli yetkilere sahiptir. Üçüncüsü yürütme ve idari yetkilere sahip başbakan ve bakanlar vardır ve parlamento karşı çıkmadığı sürece görevde kalırlar."

Bu çalışmanın amacı yarı başkanlık sisteminin Rusya Federasyonu örneği üzerinden analizinin yapılmasıdır. Bu bağlamda iki bölümden oluşan çalışmanın birinci bölümünde yarı başkanlık sistemi incelenmiştir. Yarı başkanlık sistemi tanımı, genel özellikleri, avantaj ve dezavantajları, yarı başkanlık sistemleri olarak başlıklara ayrılarak incelenmiştir. İkinci bölümde Rusya Federasyonu'nun hükümet sistemi ve işleyişi incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yarı-Başkanlık, Rusya, Hükümet Sistemleri.

1.GİRİŞ

Hükümet sistemleri, ülkeden ülkeye farklılık ve çeşitlilik gösteren devletin yönetilmesini, diğer devletlerle ilişkilerini ifade eden önemli unsurlardır. Temelde, bakanların tek tek meclis tarafından seçilmesiyle oluşan hükümet modeli olan meclis hükümeti; milletvekilleri arasından Cumhurbaşkanı tarafından atanan bir başbakan tarafından oluşturulan ve kabinenin meclisten güvenoyu almasıyla göreve başlayan hükümet modeli olan kabine sistemi; yasama, yürütme ve yargı yetkilerinin farklı kurumlarda toplanmasını ifade eden, parlamenter sistem; devlet başkanının doğrudan halk tarafından seçildiği, yasama, yürütme ve yargı arasında sert bir ayrımın olduğu ,başkanlık sistemi ve yürütmenin iki başlı olduğu, Cumhurbaşkanın halk tarafından seçildiği ve siyasal yürütme yetkisinin ve siyasi sorumluluğun Cumhurbaşkanında bulunduğu sistem olan, yarı başkanlık sistemi olarak beşe ayrılan hükümet sistemleri , kuvvetler birliği ve kuvvetler ayrılığı ilkelerine göre de ayrımda değişiklik göstermektedirler. Kuvvetler birliği ilkesine göre; diktatörlük, monarşi ve meclis hükümeti sistemleri , kuvvetler ayrılığı ilkesine göre ise; parlamenter, başkanlık ve yarı başkanlık olarak ayrılmaktadırlar.Bu çalışmanın amacı yarı başkanlık sisteminin Rusya Federasyonu örneği üzerinden analizinin yapılmasıdır. Bu bağlamda iki bölümden oluşan çalışmanın birinci bölümünde yarı başkanlık sistemi incelenmiştir. Yarı başkanlık sistemi tanımı, genel özellikleri, avantaj ve dezavantajları, yarı başkanlık sistemleri olarak başlıklara ayrılarak incelenmiştir. İkinci bölümde Rusya Federasyonu'nun hükümet sistemi ve işleyişi incelenmiştir.

2.YARI BAŞKANLIK SİSTEMİ

2.1. Yarı Başkanlık Sisteminin Tanımı

Cumhurbaşkanı'nın halk tarafından seçildiği parlamenter sisteme yarı başkanlık sistemi adı verilmektedir. Yarı başkanlık sistemi, Başkanlık sistemi ile parlamenter sistemin bazı özelliklerinin karışımıdır. Yürütme gücü halk tarafından seçilen devlet başkanı ile meclis güvenine dayanan hükümet başkanı arasında paylaşılır. Yarı başkanlık, anayasaya dayalı halk tarafından seçilmiş bir devlet başkanı, meclis ve sorumlu bir başbakan ve kabineden oluşur. Yarı Başkanlık sistemi, siyasi literatürde "Bir siyasi sistem, anayasasında üç unsuru içeriyorsa yarı başkanlık olarak kabul edilir: (1) Başkan halk tarafından seçilmektedir. (2) Başkan oldukça önemli yetkilere sahiptir. (3) Yürütme ve idari yetkilere sahip başbakan ve bakanlar vardır ve parlamento karşı çıkmadığı sürece görevde kalırlar" şeklinde tanımlanmaktadır. Fransız siyaset bilimcisi Maurice Duverger tarafından yapılan bu tanım daha sonra Sartori tarafından revize edilmiş ve yarı başkanlık sistemi için gerekli olan beş kriter belirlenmiştir. Sartori'ye göre;bir sistemin yarı başkanlık sayılabilmesi için: 1) Başkan sabit bir süre için, doğrudan veya dolaylı olarak halkoylamasıyla seçilmelidir. 2) Başkan, yürütme gücünü bir başbakanla paylaşmalıdır 3) Başkan, parlamentodan bağımsız olmalıdır, fakat yürütme yetkisini tek başına ya da doğrudan değil, hükümet kanalıyla kullanabilmelidir. 4) Başbakan ve kabinesi, başkandan bağımsız, fakat parlamentoya karşı bağlı ve sorumlu olmalı, güvenini de parlamentodan almalıdır. 5) Yarı başkanlığın iki başlı yürütme yapısı, yürütmenin iki kanadının da özerkliği devam etmek koşuluyla, güç dengelerinin kaymasına imkân vermelidir.

Geçmişi 1919 yılına kadar uzanan ve temel dört sistemden sonuncusu olan Yarı Başkanlık Sistemi günümüzde farklılaştıklarından ötürü kendi içlerinde farklı ölçütlere göre sınıflandırılabilirler.

Buran'a göre bu ölçütler; cumhurbaşkanlarının sahip oldukları yetkiler ve demokrasinin uygulanmasına olanak verip vermemeleridir. Yarı Başkanlık Sistemleri cumhurbaşkanlarına tanıdıkları yetkilere göre "sınırlı yetki, yetkili ve süper yetki" olmak üzere üç, demokrasinin uygulanması açısından da "demokrasinin uygulanmasına olanak verme " ve demokrasinin uygulanmasına olana vermeme" olarak iki başlık altında ele alınabilirler. Kendi içinde, "Sınırlı Yetkili Cumhurbaşkanlı Yarı Başkanlık Rejimi, Hükümet Düzeyinde Yetkili Cumhurbaşkanlı Yarı Başkanlık Rejimi, Üstün Yetkilere Sahip (Süper Yetkili) Cumhurbaşkanlı Yarı Başkanlık Rejimi," olmak üzere üçe ayrılan Yarı Başkanlık Sistemi, genel olarak başkanlık sistemi ile parlamenter sistemin bir karmasıdır.

2.2. Yarı Başkanlık Sisteminin Genel Özellikleri

Yarı başkanlık sistemi. Başkanlık sistemi ile parlamenter sistemin karışımıdır. Halk tarafından seçilen devlet başkanı ile meclis güvenine dayanan hükümet başkanı yürütme gücünü paylaşır ancak yürütmenin başı devlet başkanıdır. Yarı başkanlık sisteminin özellikleri şunlardır:

•Yürütme iki başlıdır (Yarı başkanlık sisteminde yürütme organı iki başlı olma özelliğine sahiptir. Bir tarafta Cumhurbaşkanı, diğer tarafta Bakanlar Kurulu bulunur. Bu özelliğiyle parlamenter sistem ile benzerlik taşır).

•Cumhurbaşkanı halk tarafından seçilir

•Hükümet yasama organına karşı sorumludur. Yasama organı hükümeti görevden alabilir

•Bakanlar Kurulu parlamentoya karşı sorumludur.

2.3. Yarı Başkanlık Sisteminin Avantajları ve Dezavantajları

Genel kabul gören avantajlar şunlardır:

•Yarı- başkanlık modelinin temel özelliği olan iki başlı yürütme yapısının rekabet halindeki güçler arasında bir dereceye kadar işbirliğine ve yetki paylaşımına imkân vermesidir.

•Halk tarafından sabit bir süre için seçilen devlet başkanının, parlamento bölünmüş ve hükümetler istikrarsız olsalar bile, sistemin istikrarını ve meşruiyetini devam ettirebilme potansiyeline sahip olmasıdır.

Genel kabul gören dezavantajlar şunlardır:

•Başkanın halk tarafından seçilmesi, siyasi sürecin kişiselleşmesine neden olabilir ve başkanı, kendisini olağan süreçlerin üzerinde görmeye ve hukuk kurallarını hiçe saymaya teşvik edebilir.

•İki başlı hükümet yapısı vardır (Çekişme ortaya çıkabilir, hiyerarşik yapı karmaşıklaşabilir).

•Devlet başkanı ve başbakanın farklı siyasi partilerden olması durumunda ortaya çıkması muhtemel çekişme ve anlaşmazlık.

•Başkanın, başbakanın ve herhangi bir siyasi partinin veya parti koalisyonunun parlamentoda çoğunluğa sahip olmadığı durumlarda karşılaşılacak bölünmüş.

2.4.Yarı Başkanlık Sistemleri

2.4.1. Sınırlı Yetkili Cumhurbaşkanlı Yarı Başkanlık Sistemi

İrlanda, İzlanda, Avusturya ve Finlandiya gibi ülkelerdeki yarı başkanlık sistemidir. Parlamento üstünlüğüne dayanmaktadır. Cumhurbaşkanlarının yasama, yürütme ve yargı ile ilgili yetkileri oldukça sınırlıdır. Örneğin; Finlandiya'da cumhurbaşkanının tek başına kullanabileceği yetkileri oldukça sınırlı olduğundan; yürütme yetkilerini hükümetle uyumlu bir şekilde kullanması gerekmektedir. Ayrıca Finlandiya'da cumhurbaşkanın güçleştirici veto yetkisi bulunmamaktadır. İrlanda'da da uygulanan bu sistemde, cumhurbaşkanının yurt dışı ziyarete çıkabilmesi ön izne bağlanmıştır. Cumhurbaşkanının tek başına üst düzey atama yetkileri sınırlandırılmıştır. Dış politika konularında da cumhurbaşkanı, dış işleri bakanı ve hükümetle ortak hareket etmek zorundadır. Cumhurbaşkanlarının yasama yetkileri, yüksek mahkeme üyelerini belirlemedeki yetkileri sınırlıdır. Ayrıca , Parlamentodan gelen yasaları onaylamak zorundadır. Parlamentoyu fesih yetkileri çok sayıda sınırlandırıcı kurala bağlanmıştır.

2.4.2.Hükümet Düzeyinde Yetkili Cumhurbaşkanlı Yarı Başkanlık Sistemi

Cumhurbaşkanının yasama, yürütme ve yargı yetkileri parlamenter rejimlerdekilerle karşılaştırıldıklarında daha geniştir. Cumhurbaşkanının bazı yürütme yetkilerini tek başına kullanma, halkoylamasına başvurma ve bazı üst düzey makamlara atama yetkileri bulunmaktadır. Olağanüstü dönemlerde cumhurbaşkanının yürütme yetkileri artar. Cumhurbaşkanının yasama ile ilgili yetkileri geniştir. Cumhurbaşkanı, parlamentoyu feshetme, yasalara karşı iptal davası açma yetkilerine sahiptir.

2.4.3.Üstün Yetkilere Sahip (Süper Yetkili) Cumhurbaşkanlı Yarı Başkanlık Sistemi

SSCB'nin dağılmasından sonra kurulan başkanlık sistemidir. 'Süper Yetkili Cumhurbaşkanlı Yarıbaşkanlık Sistemi' olarak adlandırılan sistemde, cumhurbaşkanın yasama, yürütme ve yargı ile ilgili yetkileri oldukça geniştir. Örneğin ;Cezayir.

Cumhurbaşkanına tanınan geniş yetkiler şunlardır:

•Yasama organını fesih etme,

•Bazı durumlarda (parlamento tatilde olduğu zamanlarda) kanun hükmünde kararname çıkarma,

•Parlamentonun kabul ettiği yasalara karşı güçleştirici veto yetkisine sahip olma ,

•Parlamentonun çıkardığı yasalar karşısında iptal davası açma.

Rusya ve Türkiye gibi ülkelerde cumhurbaşkanlarına tanınan olağanüstü yetki genişliği nedeniyle, bu sistem Başkanlık Sistemi olarak da adlandırılabilmektedir.

3.RUSYA FEDERASYONU ÖRNEĞİ

3.1.Rusya Federasyonu Hakkında Genel Bilgi

Tablo 1: Rusya Federasyonu ülke profili

Mevcut Anayasa: 1993
Cumhurbaşkanı: Vladimir Putin
Hükümet Başkanı: Dimitri Medvedev
Yasama Organı: Devlet Duması
Federasyon Konseyi Yönetim Şekli: Cumhuriyet, Yarı-Başkanlık, Federal
Nüfus: 142,500,482
Dil: Rusça (resmi dil) ve diğer azınlık diller
Etnik Yapı: %81'i Rus, %3,9'u Tatar, %1,4'u Ukraynalı, %1,2'si Başkırt, %1,1 Çuvaş ve %1 Çeçenler ve diğer gruplar
Ekonomi: 2012 yılı, gayrisafi milli hasıla büyüklüğü 2.486 trilyon dolar, büyüme hızı % 3,4, enflasyon % 5,1 olarak gerçekleşmiştir.
Yüzölçümü: 17,098,242 km2

862-1243 yılları arasında varlığını sürdüren Kiev Rus Knezliği ilk Rus devleti kabul edilmektedir.1480 yılına kadar devam eden Moğol istilalarında öne çıkan Moskova Knezliği, Rus Ortodoks kilisesinin desteğiyle Rus Çarlığı olmuştur. 1917 Devrimi'ne kadar merkezi ve otoriter bir yönetim ile Çarlık Rusyası imparatorluğa dönüşmüştür. 1917 Devrimi ile (Ekim Devrimi) Marksist- Leninist ideolojiye dayanan varlığını 1991 yılına kadar sürdürecek olan, totaliter Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB) kurulmuştur. 8 Aralık 1991'de SSCB resmen sona ermiş ve 15 cumhuriyeti kapsayan Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) kurulmuştur. Aralık 1993'te parlamento seçimleri yapılmış, Rus halkı, hem parlamento üyelerini seçmiş hem de halen yürürlükte olan yeni anayasayı oylamıştır.17 milyon kilometrekareyi aşan alanı ile dünyanın en büyük yüzölçümüne sahip ülkesi olan Rusya, 11 farklı zaman dilimine bölünmüştür. Asya'nın kuzeyinde Kuzey Pasifik Okyanusu ve Avrupa arasında Kuzey Buz Denizine uzanan ülke, 14 ülkeyle sınır komşusudur. Ülkedeki Ural dağlarının batısında bulunan alan Avrupa

kıtası içinde sayılmaktadır. Ülke geneli itibarı ile ılıman iklim kuşağında yer alan Rusya, subtropikal iklimden, yıllık sıcaklık farkının 80°C'ye vardığı sert karasal iklime ve kutup iklimine kadar değişen bir iklim çeşitliliğine sahiptir. Rusya Federasyonu topraklarının dörtte üçü düz ovalıktır. Orta Sibirya ve Uzak Doğuda sıradağlar bulunmaktadır. Rusya, nüfusundaki sürekli bir düşüş ile karşı karşıyadır. Sovyetler Birliği'nin 1991 yılında dağılmasından sonra günümüze kadar geçen sürede nüfusun yaklaşık 4 milyonu ülke dışında çıkmıştır. 2002-2006 yılları arasında nüfusta yıllık ortalama % 0,5 oranında daralma gerçekleşmiştir. Dünya Bankası araştırmalarına göre 2050 yılı itibarı ile ülke nüfusunun % 30 üzerinde azalacağı tahmin edilmektedir. Birleşmiş Milletler araştırmalarına göre ise 146,5 milyon olan ülke nüfusunun 2050 yılına doğru 112 milyona gerileyecektir. Rusya'nın siyasi ve idari yapısı İki parlamentolu bir başkanlık sistemi 'dir. Rusya Federasyonu çeşitli federal yapılardan oluşmaktadır. Bu federal yapılar hukuki açıdan eşit birimler sayılmakta olup, aşağıdaki gibi sıralanabilir :

21 cumhuriyet, 9 eyalet (Kray), 46 bölge (Oblast), 2 federal statüye sahip şehir (Moskova ve St. Petersburg). 5 özerk bölgeden (Avtonomnaya Oblast/Avtonomnıy Okrug) oluşan, 83 idari birimli bir federasyondur (Ülkemiz, Kırım ve Sivastopol'ün Rusya Federasyonu tarafından ilhakını tanımamaktadır). Rusya Federasyonu'na bağlı 21 cumhuriyetin her birinin kendi ayrı anayasası ve devlet başkanı (President) vardır. Bu anayasaların Rusya Federasyonu Anayasası'na uyumlu olması ve onunla çelişmemesi gerekmektedir.

3.2. Anayasal Organlar

1993 Anayasası'nın 10'uncu maddesi, kuvvetler ayrılığı ilkesini düzenlemektedir. İktidar, yasama, yürütme ve yargı organları tarafından kullanılmaktadır. Anayasa yasama, yürütme ve yargı organlarının görev ve yetkileri, birbirleriyle ilişkilerini düzenlemiştir. Devlet başkanı devlet düzenini, egemenliğini ve bağımsızlığını korumakla görevlidir. Yürütmenin oluşumu ve işleyişi yasama organından bağımsızdır. Anayasa, federal devletle federe birimlerin yetkilerini belirlemiş ve yerel yönetimlerin kendi yetki alanları içinde bağımsızlığını kabul etmiştir

Rusya Federasyonunda yerel yönetim tanınır ve güvence altına alınır. Yerel yönetimler kendi yetkileri çerçevesinde serbesttir. Yerel yönetim organları devlet hakimiyet organları sistemine dahil değildir. Anayasa uyarınca yürütme erkinin başı konumundaki Devlet Başkanı, altı yılda bir halk tarafından seçilmektedir. Başbakan, anayasa gereğince Devlet Başkanı tarafından atanmakta ve yine Devlet Başkanının onayını alarak hükümeti oluşturmaktadır. Hükümetin göreve başlaması için Başbakanın Duma'dan güvenoyu alması gerekmektedir. Hükümet'te 1 başbakan birinci yardımcısı, 7 başbakan yardımcısı ve 24 bakan bulunmaktadır. Federal Parlamento'nun iki kanadı bulunmaktadır: Bunlardan Federasyon Konseyi, her bir federe birim tarafından atanan ikişer temsilciden (toplam sayı: 170) oluşmaktadır. Parlamento'nun alt kanadı Devlet Duması'nın ise 450 üyesi bulunmaktadır.

3.2.1. Devlet Başkanı

Ülkeyi Devlet Başkanı yönetir. Son devlet başkanlığı seçimi Mart 2018'de gerçekleştirilmiştir. Seçim sonuçlarına göre Vladimir PUTIN tekrar Devlet Başkanı olmuştur. Görev süresi 6 yıldır.

3.2.1. 1. Başkanlık Seçimleri

Başkanlık Seçimleri Hakkındaki Kanun'a göre, başkanlık seçimlerinde, seçimin ilan edildiği gün itibariyle kanuna uygun olarak tescil edilen siyasi partiler aday gösterilebilmektedir. Ayrıca belirli sayıda seçmen tarafından desteklenen kişiler de seçimlerde bağımsız aday olarak yarışabilmektedir (m.6/1). Söz konusu Kanun'a göre, parlamentonun alt kanadı Devlet Duma'sında (Duma) sandalyesi bulunan siyasi partiler, başkanlık seçimlerinde, asgari imza koşulu aranmadan, doğrudan aday gösterebilmektedir (m.36/2). Diğer tescilli siyasi partiler, her bir federe birimden 50.000'den fazla olmamak üzere toplam 2 milyon imza toplamak suretiyle aday gösterebilmektedir. Ayrıca, hiçbir siyasi partiye mensup olmayan bağımsızların gerekli şartları taşımaları halinde aday olabilmeleri için 2 milyon imza toplamaları gerekmektedir (m.36/1). Kanuna göre, geçerli oyların %50'sinden fazla oy alan aday devlet başkanı seçilmiş olmaktadır (m.76/3). İlk turda hiçbir aday bu çoğunluğu sağlayamazsa, ilk turda en fazla oy alan iki aday arasında ikinci tur oylama yapılmakta (m.77/1) ve en çok oy alan aday devlet başkanı seçilmektedir (m.77/4).

3.2.1. 2. Devlet Başkanının Görev ve Yetkileri

Devlet başkanının görevi bağlılık yemini ile başlar, istifa veya sağlık nedeniyle görevini sürdürememe veya suçlandırılma durumlarında sona erer. Sona ermesi durumunda yeni seçimlerin üç ay içinde yapılması gerekir. Devlet başkanı yerine geçici olarak Başbakan görev yapar. Ancak Duma'yı feshetme ve referandum ilan etme yetkisi bulunmamaktadır (m.92)

(m.107).Devlet başkanı, kanunları imzalar ve yayımlar. Devlet başkanı kanunları 14 gün içinde veto edebilir. Bu durumda veto edilen kanun, Federasyon Konseyi ve Duma üye tamsayısının 2/3 çoğunluğu ile tekrar kabul edilirse, Devlet Başkanı kanunu imzalamak ve yayımlamak zorundadır. (m.109/1). Duma'yı feshetme yetkisi vardır.(Devlet başkanının atadığı başbakan adayının Duma tarafından üç defa reddedilmesi durumunda ve Duma'nın görevdeki hükümete üç ay içinde, devlet başkanının hükümetin göreve devam etmesi yönündeki kararına rağmen, ikinci kez güvensizlik oyu vermesidir.) 2013 yılında kabul edilen yeni bir kanunla, federe birim yasama organlarına doğrudan seçimlerden vazgeçme ve devlet başkanının göstereceği üç aday arasından birini vali olarak seçme yetkisi tanınmıştır

3.2.1.3. Devlet Başkanının Sorumluluğu ve Görevden Alınması

Rusya Federasyonu Cumhurbaşkanı dokunulmazlık hakkına sahiptir.Anayasa'nın 91'inci maddesine göre devlet başkanı dokunulmazlığa sahiptir.

Devlet başkanının vatana ihanet (high treason) ve başka bir ağır suçu (grave crime) işlediği yönündeki isnadın yapılması için, Duma üye tamsayısının üçte ikisinin kararı ve Yüksek Mahkemenin, Duma tarafından isnat edilen suçların varlığına ve Anayasa Mahkemesinin de suç isnadına ilişkin kuralların gözetildiğine dair kararı ile Federasyon Konseyi üye tamsayısının üçte iki çoğunluğunu alan devlet başkanı suçlandırılır ve görevden alınır (m.93).

3.2.2. Federal Meclis

Başbakan başkanlığındaki hükümet yürütme yetkisine sahiptir. Federal Meclis "temsil ve yasama organı"dır. Yasama yetkisi , Duma (Federal Meclis'in alt kanadı) ve Federasyon Kurulu'ndan (Federal Meclis'in üst kanadı) oluşan Federal Meclis'e aittir. Başbakan ise ; Dmitri Medvedev'dir. Duma ve Federasyon Konseyi üyeleri, görevleri süresince dokunulmazlığa sahiptir.

3.2.2. 1. Devlet Duması

Devlet Duması'nın Başkanı Vyaçeslav Volodin'dir.(2018) Devlet Duması (Duma) 450 üyeden oluşmaktadır (m.95/3). Duma'nın görev süresi 5 yıldır. 21 yaşından büyük ve seçilme yeterliliğine sahip Rusya Federasyonu vatandaşları Duma üyesi seçilebilmektedir (m.97). Duma üyelerinin yarısı parti listelerine dayalı nisbi temsil, diğer yarısı tek isimli çoğunluk sistemine göre seçilebilir. Partiler için seçim barajı %5'tir. Seçimlere, ülke çapında en az 200.000 seçmenin imzalı desteğine sahip olan veya bir önceki seçimlerde oyların %3'ünü alan veya federe birimlerin yasama organlarından birinde temsil edilen siyasi partiler katılabilir.

Anayasa'ya göre, Duma'nın görev ve yetkileri şunlardır (m.103/1):

Madde 103

•Rusya Federasyonu Hükümet Başkanın atanması için Rusya Federasyonu Cumhurbaşkanına onay vermek,

•Rusya Federasyonu Hükümetine güvenoyu vermek,

•Rusya Federasyonu Merkez Bankası Başkanını göreve atama ve görevden alma,

•Sayıştay Başkanını ve üyelerinin yarısını göreve atama ve görevden alma,

•Federal anayasal kanun doğrultusunda faaliyet gösteren İnsan Hakları Yetkilisini göreve atamak ve görevden almak,

•Genel af ilan etmek,

•Rusya Federasyonu Cumhurbaşkanının görevinden uzaklaştırılması için suçlamada bulunmak,

•Devlet Duması, Rusya Federasyonu Anayasasıyla yetki alanına dahil edilen konularda karar alır.

•Rusya Federasyonu Anayasasında başka bir usul öngörülmemişse, Devlet Duması kararları Devlet Duması üye tam sayısının çoğunluğunun oyu ile kabul edilir.

3.2.2.2. Federasyon Konseyi

Federasyon Konseyi Başkanı Valentina Matviyenko'dur (2018).Anayasaya göre, her bir federe birim Federasyon Konseyinde iki üye ile temsil edilmektedir. Bu üyelerden birisi federe birimin yasama organından olmak zorundadır (m.95/2). Federasyon Konseyinde 85 federe birimden 170 üye bulunmaktadır. Federal Meclis - Rusya Federasyonu parlamentosu, Rusya Federasyonunun temsili ve yasama organıdır.

3.2.2.3. Kanun Yapım Süreci

Kanun önerme yetkisi, devlet başkanına, Federasyon Konseyine, Federasyon Konseyi üyelerine, Duma üyelerine, hükümete ve federe birimlerin yasama organlarına aittir. Anayasa Mahkemesi ve 202 TBMM Araştırma Hizmetleri Başkanlığı Rusya 203 Yüksek Mahkeme kendi görev alanları ile ilgili konularda kanun önerisinde bulunabilmektedir (m.104/1). Vergi konulması ve kaldırılması, vergi muafiyeti, devlet borçları, devletin mali yükümlülüklerinin değiştirilmesine ilişkin kanun önerileri ile federal bütçeden karşılanan harcamalar öngören kanun önerileri sadece hükümet tarafından verilebilmektedir (m.104/3).

Kanun önerisi gerekçeli olarak Duma'ya sunulur. Kanunlar, Duma üye tamsayısının yarıdan fazlasının oyuyla kabul edilir ve Federasyon Konseyine gönderilir. Federasyon Konseyi, kanun önerisini kabul veya reddedebilir ancak değiştiremez.38 Federasyon Konseyinde, federal kanunların kabulü için üye tamsayısının yarısından fazlasının olumlu oyu gerekmektedir. Federasyon Konseyi, 14 gün içinde kanun önerisi hakkında oylama yapmazsa, kanun önerisi kabul edilmiş sayılır (m.105/4).

Federasyon Konseyi, Duma tarafından kabul edilen kanun önerisini reddederek geri gönderebilir. Bu durumda Duma ve Federasyon Konseyi eşit sayıdaki üyelerinden oluşan "uzlaşma komisyonu" kurulabilir (m.105/4). Ancak eğer Duma, Federasyon Konseyi tarafından reddedilen kanun önerisini üye tamsayısının üçte iki oy çokluğuyla aynen kabul ederse, Federasyon Konseyinin vetosu aşılmış ve böylece öneri kanunlaşmış olur (m.105/5).Anayasa'ya göre; federal bütçe, federal vergi ve harçlar, mali, döviz kuru, kredi, gümrük tarifeleri ve para konuları, uluslararası anlaşmaların uygun bulunması, devlet sınırlarının statüsü ve korunması, savaş ve barış ilanı ile ilgili kanun önerilerinin Federasyon Konseyinde görüşülmesi zorunludur (m.106).

Federal Meclisin her iki kanadı tarafından kabul edilen kanunlar, imzalanması ve yayımlanması amacıyla devlet başkanına gönderilir. Devlet başkanı, 14 gün içerisinde kanunu imzalayarak yayımlar veya veto eder. Duma ve Federasyon Konseyi, veto edilen kanunu üçte iki oy çokluğu ile aynen kabul ederse, devlet başkanı kanunu imzalamak ve yayımlamak zorundadır (m.107).

3.2.2.4. Anayasa Değişikliği

Anayasa değişikliği, devlet başkanı, hükümet, Federasyon Konseyi, Duma, federe birimlerin yasama organları veya Federasyon Konseyi veya Duma üyelerinin beşte biri tarafından önerilebilmektedir (m.134).

3.2.3.Hükümet

Anayasaya göre, yürütme yetkisi hükümet tarafından kullanılmaktadır. Hükümet, başbakan, başbakan yardımcısı ve federal bakanlardan oluşmaktadır (m.110). Başbakan, Duma'nın rızası ile devlet başkanı tarafından atanmaktadır (m.111/1). Bakanlar ise, başbakanın önerisi üzerine devlet başkanı tarafından atanmaktadır (m.112/2). Hükümet üyelerinin Federal Meclis veya federe birim meclislerinde üye olmaları yasaktır. Anayasa'nın 114'üncü maddesinde Rusya Federasyonu hükümetinin görev ve yetkileri şu şekilde sıralanmıştır:

• Federal bütçeyi hazırlamak, Duma'ya sunmak ve uygulanmasını sağlamak; Federal bütçenin uygulanmasına ilişkin bir raporu Duma'ya sunmak; Duma tarafından gündeme getirilen konular da dâhil, çalışmaları hakkında Duma'ya yıllık rapor sunmak,

• Rusya'da tek maliye, kredi ve para politikasının uygulanmasını sağlamak,

• Rusya'da kültür, bilim, eğitim, sağlık, sosyal güvenlik ve ekoloji alanında tek bir devlet politikasının uygulanmasını sağlamak,

• Federal malları idare etmek,

• Ülkenin savunması ve güvenliğini sağlamak ve ülkenin dış politikasını yürütmek için önlemler almak,

• Hukukun üstünlüğü, insan hak ve özgürlükleri, kamu düzeni ve mülkiyetin korunması ve suçun önlenmesini sağlamak amacıyla önlemler almak,

• Anayasa, federal kanunlar ve başkanlık kararnameleri ile verilen diğer görevleri yerine getirmek.

3.2.4.Anayasa Mahkemesi

Anayasa'nın 125'inci maddesi, 19 üyeden oluşan bir Anayasa Mahkemesi öngörmekte ve çalışma usul ve esaslarını düzenlemektedir. Anayasa Mahkemesi üyeleri, devlet başkanının önerisi üzerine Federasyon Konseyi tarafından atanmaktadır.

Madde 125

•Rusya Federasyonu Anayasa Mahkemesi 19 hakimden oluşur.

•Rusya Federasyonu Anayasa Mahkemesi; Rusya Federasyonu Cumhurbaşkanının, Federasyon Konseyinin, Devlet Dumasının, Federasyon Konseyi üyelerinin veya Devlet Duması milletvekillerinin beşte birinin, Rusya Federasyonu Hükümetinin, Rusya Federasyonu Yüksek Mahkemesi ve Rusya Federasyonu Yüksek Hakem Mahkemesinin, Rusya Federasyonu federe unsurlarının yasama ve yürütme organlarının başvurusu üzerine, aşağıdakilerin Rusya Federasyonu Anayasasına uygunluğu konusundaki davaları çözer:

•Federal kanunların, Rusya Federasyonu Cumhurbaşkanının, Federasyon Konseyinin, Devlet Dumasının, Rusya Federasyonu Hükümetinin normatif düzenlemelerinin,

•Cumhuriyetlerin Anayasalarının, Rusya Federasyonu federe unsurlarının Tüzüklerinin, ayrıca, Rusya Federasyonu devlet organlarının yetki alanına dahil konular ve Rusya Federasyonu devlet organlarıyla Rusya Federasyonu federe unsurlarının devlet organlarının ortak yetki alanına dahil konularda çıkarılan kanunlarının ve diğer normatif düzenlemelerinin,

•Rusya Federasyonu devlet organları ile Rusya Federasyonu federe unsurlarının devlet organları arasında, Rusya Federasyonu federe unsurlarının devlet organlarının kendi aralarında yapılmış anlaşmaların,

•Rusya Federasyonunun yürürlüğe girmemiş uluslararası antlaşmalarının.

•Rusya Federasyonu Anayasa Mahkemesi aşağıdaki organlar arasındaki yetki ihtilaflarından doğan uyuşmazlıkları çözer:

•Federal devlet organları arasında,

•Rusya Federasyonu devlet organları ile Rusya Federasyonu federe unsurlarının hakimiyet organları arasında;

•Rusya Federasyonunun federe unsurlarının yüksek devlet organlarının kendi aralarında,

•Rusya Federasyonu Anayasa Mahkemesi; vatandaşların anayasal hak ve özgürlüklerinin ihlaline ilişkin şikayetler ve mahkemelerin başvurusu üzerine somut davada uygulanan veya uygulanmaya konan kanunun anayasallığını federal kanunla öngörülmüş şekilde denetler.

•Rusya Federasyonu Anayasa Mahkemesi; Rusya Federasyonu Cumhurbaşkanının, Federasyon Konseyinin, Devlet Dumasının, Rusya Federasyonu Hükümetinin, Rusya Federasyonu federe unsurlarının yasama organlarının başvurusu üzerine Rusya Federasyonu Anayasasını yorumlar.

•Anayasaya aykırı olarak tanımlanan düzenlemeler veya onların değişik hükümleri yürürlükten kalkar; Rusya Federasyonunun Rusya Federasyonu Anayasasına aykırı uluslararası antlaşmaları yürürlüğe konamaz ve uygulanamaz.

•Rusya Federasyonu Anayasa Mahkemesi; Federasyon Konseyinin başvurusu üzerine, Rusya Federasyonu Cumhurbaşkanının devlete ihanet veya diğer ağır suç işlediğine ilişkin ithamın kanunlara uygun bir şekilde ileri sürüldüğü konusunda görüş bildirir.

Anayasa Mahkemesi, başvuru üzerine, aşağıda belirtilen kanun, işlem ve anlaşmaların Rusya Federasyonu Anayasasına uygunluğunu denetler.

• Federal kanunlar ile devlet başkanı, Federasyon Konseyi, Duma ve hükümetin kural koyucu işlemleri,

• Federe birimlerin anayasaları, tüzükleri ile federe birimlerin, Rusya Federasyonu devlet organlarının yetkili oldukları veya Rusya Federasyonu ile federe birimlerin birlikte yetkili oldukları veya sadece federe birimleri ilgilendiren konularla ilgili kanunları ve kural koyucu işlemleri,

• Rusya Federasyonu devlet organları ile federe birimlerin devlet organları arasında yapılan anlaşmalar ile federe birimlerin arasındaki anlaşmalar,

• Rusya Federasyonu'nun yürürlüğe girmeyen uluslararası anlaşmalar.

3.3. Anayasal Organlar Arasındaki İlişkiler

3.3.1. Devlet Başkanı-Parlamento İlişkileri

Devlet Başkanının parlamentoyu feshetme yetkisi vardır. Parlamentonun ise devlet başkanı karşısında sadece suçlandırma yoluyla başkanın görevden alınması yetkisi vardır. "Rusya da cumhurbaşkanının önerdiği başbakanı meclisin reddetmesi durumunda cumhurbaşkanı parlamentoyu 3 defa tekrarlanmasına da gerek kalmadan derhal feshedebilmektedir. Bilindiği gibi başkanlık sistemindeki başkanın yasama ile ilgili yetkileri buradakilerle karşılaştırılamayacak derecede sınırlıdır."

3.3.1.1. Yasama Faaliyeti

Rusya'da kararname çıkarma yetkisi ile devlet başkanı belirli kısıtlar içerisinde proaktif olarak yasama faaliyetinde bulunabilmektedir. Kanun önerisi sunma ve veto yetkisi ise reaktif yetkiler olup, devlet başkanının yasama gündemini belirlemesine fırsatı vermektedir.

3.3.1.2. Hükümet Kurma

Rusya'da hükümetlerin kurulmasında nihai söz sahibi devlet başkanıdır. atanan başbakan adaylarının üç kez üst üste reddedilmesi veya mevcut hükümete üç ay içerisinde ikinci kez güvensizlik oyu verilmesi durumunda, Duma'yı feshetme yetkisine sahip olan devlet başkanı devreye girmektedir.

3.3.2. Devlet Başkanı-Başbakan/Hükümet İlişkisi

Rusya'da "güçlü başkan-zayıf hükümet" nihai söz sahibi devlet başkanı, kendi iradesiyle istifa dahi edemeyen bir başbakan ve hükümet bulunmaktadır.

3.3.3. Parlamento-Hükümet İlişkileri

Parlamento; soru, gensoru, meclis araştırması gibi de facto denetim mekanizmalarını kullanabilmektedir. Hükümet, göreve başlarken Duma'dan güvenoyu almak durumundadır. Duma ayrıca, dilediğinde güvensizlik oyu vererek görevdeki hükümeti düşürebilme yetkisine sahiptir. Ancak Duma'nın güvensizlik mekanizması ile hükümeti düşürmesi pratikte neredeyse imkansızdır. Hükümet üyeleri devlet başkanı tarafından neredeyse tek taraflı irade ile atanmakta ve Duma'daki siyasi partilerin hükümetin oluşumuna katkısı gerekmemektedir. Parlamentonun hükümet üzerinde sahip olduğu ve Anayasa'da yer alan en önemli denetim mekanizması Federal Meclisi oluşturan her iki kanadın üyelerinden oluşan Hesap Kuruludur. Kurulun görevi, federal bütçenin uygulamalarını denetlemektir (m.101/5).

4. SONUÇ

Yarı başkanlık sistemi, iki ayrı sistem olan başkanlık ve parlamenter sistemin bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Her iki sisteminde özelliklerine sahiptir. Çelişen mekanizmalar var ise onu yarı başkanlık sistemi sistem içerisine dahil etmemiştir. Yarı başkanlık sistemi yürütme yetkileri açısından cumhurbaşkanı ile hükümet başkanından

oluşan iki başlı bir yürütmeyi ifade etmemektedir. İki başlı sistemin en önemli özelliği, cumhurbaşkanının yetkilerinin hükümete göre daha az olmasıdır.

Yarı başkanlık sisteminde devlet başkanı, bir çeşit koruyucu görevindedir. Devlet başkanının bu görevlerinden ötürü, devlet yönetiminde ve devletler arası ilişkilerde hükümeti yönlendirebilmektedir. Devlet başkanı yürütmeye aktif katılabilir. Hükümeti görevinden alıp, parlamentoyu fesih edip, meclisin çıkardığı kanunlarla ilgili yargısal denetime başvuru yapabilmektedir. Ayrıca, yarı başkanlık sisteminde bakan seçilen vekillerin meclis üyeliği sona ermektedir. Yarı başkanlık sistemi, parlamentosu çok partili olan ve tek başına hükümet kuramayan devletlerde uygulanabilecek en uygun sistem olarak kabul edilebilmektedir.

KAYNAKÇA

BURAN, H., "Siyasal Rejim Sınıflamalarının Yeniden Gözden Geçirilmesi Üzerine", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,C.14,S.1,2009,s.85.

DURKAL, EROĞLU M. ve KARAHÖYÜK , M .,"Yarı Başkanlık Sistemi Ve Rusya Federasyonu Örneği",cilt: 12, Sayı: 1,2017,s 57-88

GÖKÇİMEN,S.,(Editör), Türkiye Büyük Millet Meclisi Araştırma Hizmetleri Başkanlığı Yayınları, "Karşılaştırmalı Hükümet Sistemleri: Yarı-Başkanlık Sistemi", Yayın No: 6,2017,s.4-6.

HANDERSON, J., Oxford and Portland: Hart Publishing,"The Constitution of the Russian Federation, A Contextual Analysis", 2011, s.131

JAFAROV, N., "Rusya'da Güvenlik Anlayışının Dönüşümü (1991-2006)" (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Universitesi, 2007), s.14-15.

THOMAS F.R.,"Separation of Powers and Legislative Oversight in Russia", Washington: World Bank Institute, 2004,s.10.

http://www.mfa.gov.tr/rusya-siyasi-gorunumu.tr.mfa, (Erişim:31 Mart 2018). http://www.anayasa.gen.tr/rusya.htm, Erişim 25 Mart 2018 http://www.semipresidentialism.com/?page_id=2,Erişim: 31 Mart 2018. https://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/home/dislliskiler/ulkeler/ulkedetay/Rusya%20 ederasyonu/ ", Erişim: 31 Mart 2018.

1923-1945 Dönemi Kamu Yönetimi Yazınında Amme İdaresi Dergisi ve Türk İdare Dergisi İncelemesi

Öğr.Gör. Senem Demirkıran[1]

[1]Trakya Üniversitesi, İpsala MYO, Hukuk Bölümü, Adalet Programı, senemdemirkiran@trakya.edu.tr

Özet: Cumhuriyetin ilanıyla beraber her alanda olduğu gibi kamu yönetimi alanında da yenilik ve yapılanma çalışmaları başlamıştır. Ancak pek çok sistemin ve kurumun Osmanlı'dan devralınması nedeniyle pek çok sorunda ortaya çıkmıştır. 1930'lu yıllarda şeklini alan Türk kamu yönetimi sistemi 19.yy Osmanlı yönetim sisteminin gölgesinde kalmış ve devamı olmuştur.Bu çalışmada ki temel amaç; 1923-1945 yılları arasında Amme İdaresi Dergisi ve Türk İdare dergisinde Türk Kamu Yönetimi yazınının incelenmesidir. 1923-1945 yılları arasındaki dönemi anlatan ana bölümde; iki hakemli dergi incelenecektir. İlki yılda dört defa Mart, Haziran, Eylül ve Aralık aylarında yayınlanan, yayın dili Türkçe olan, Social Sciences Citation Index (SSCI), Social Scise-arch, Journal Citation Reports / Social Sciences Edition; Uluslararası Yönetim Bilimleri Enstitüsü (IIAS) Avrupa Kamu Yönetimi Grubu (EGPA), Anadilde Yayınlanan Kamu Yönetimi Dergileri Veri Taban ile TÜBİTAK - ULAKBİM Sosyal Bilimler Veri Tabanı indekslerinde taranan ve 1968 yılından beri düzenli olarak yayınlanan Amme İdaresi Dergisidir. İkincisi de, İçişleri Bakanlığına ait olan, kamu yönetimi, güvenlik, yönetim bilimleri ve İçişleri Bakanlığı faaliyet alanına giren konuları ele alan makaleleri kabul eden, 2012 yılından itibaren Haziran ve Aralık aylarında olmak üzere, yılda iki kez yayımlanan. Ulusal hakemli dergi olan Türk İdaresi dergisidir. Bu dergilerde, kamu yönetiminin 1923-1945 yıllarını anlatan makalelerin analizi yapılarak incelenmiştir.1923-1945 Erken Cumhuriyet Döneminde Türkiye Cumhuriyeti'nde kamu yönetimi ile ilgili yayınlanan makalelerin genel hatlarıyla analizleri yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kamu Yönetimi, Amme İdaresi Dergisi, Türk İdare Dergisi.

1.GİRİŞ

1923-1945 yılları Erken Cumhuriyet Dönemi diye tabir edilen yıllardır. Türkiye Cumhuriyeti'nin doğuşu olduğu için her açıdan oldukça önemlidir. Kamu Yönetimi açısından bakıldığında "Liberal kamu personel sistemini kurma çabaları" yıllarıdır. Bu dönem yeni devletin personel sisteminin yasal altyapısının oluşturulma yıllarıdır.

Bu çalışmada ki temel amaç; 1923-1945 Türk Kamu Yönetimi yazınının incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda, hakemli uluslararası bir dergi olan, yılda dört defa Mart, Haziran, Eylül ve Aralık aylarında yayınlanan, yayın dili Türkçe olan, Social Sciences Citation Index (SSCI), Social Scise-arch, Journal Citation Reports / Social Sciences Edition; Uluslararası Yönetim Bilimleri Enstitüsü (IIAS) Avrupa Kamu Yönetimi Grubu (EGPA), Anadilde Yayınlanan Kamu Yönetimi Dergileri Veri Taban ile TÜBİTAK - ULAKBİM Sosyal Bilimler Veri Tabanı indekslerinde taranan ve 1968 yılından beri düzenli olarak yayınlanan Amme İdaresi Dergisi[1] ve 1928 yılının Nisan ayında "Dahiliye Vekaleti'nin Aylık Mecmuası" olarak "İdare" adı altında eski harflerle yayın hayatına başlamış olan Türk İdare Dergisinde kamu yönetiminin 1923-1945 yıllarını anlatan makalelerden örnekler seçilerek analizleri yapılıp incelenmeye çalışılmıştır. Çalışma iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, Amme İdaresi dergisi anlatılmış, 1923-1945 döneminden kısaca bahsedilerek önemi üzerinde durulmuştur. Ardından Amme İdaresi Dergisinden 1923-1945 dönemini anlatan makale örneklerine yer verilmiştir. İkinci bölümde ise Türk İdare Dergisi kısaca anlatılmış ve derginin yayın hayatına girdikten sonraki gelişme süreci üzerinde durulmuştur.

2. AMME İDARESİ DERGİSİ

Akademik bir dergi olan Amme İdaresi Dergisi, 1965 yılında kamu yönetimi alanındaki gelişmeleri duyurmak amacıyla "Amme İdaresi Bülteni" adıyla iki ayda bir yayınlanarak yayın hayatına girmiştir. 29 Nisan 1968 tarihinde dergiye dönüşmüş ve dergi olarak yayınlanmaya başlamıştır. Dergi 2005 yılında iki hakemli dergi olmuştur. Dergide başta kamu yönetimi olmak üzere sosyal ve beşeri bilimlerle ilgili makalelere de yer verilmektedir.

[1] Amme İdaresi Dergisi Sahibi: TODAİE adına Prof. Dr. Onur Ender ASLAN

2.1.1923-1945 Dönemi

Cumhuriyetin ilanıyla beraber her alanda olduğu gibi kamu yönetimi alanında da yenilik ve yapılanma çalışmaları başlamıştır. Ancak pek çok sistemin ve kurumun Osmanlı'dan devralınması nedeniyle pek çok sorunda ortaya çıkmıştır.

1930'lu yıllarda şeklini alan Türk kamu yönetimi sistemi 19.yy Osmanlı yönetim sisteminin gölgesinde kalmış ve devamı olmuştur (Yalçındağ,1970:20). Bu nedenlerle, Kamu Yönetimi yazını incelenirken iki döneme ayrılmıştır. 1923-1945 ve 1945-1980 dönemleridir. Çalışmamıza konu olan 1923-1945 arasındaki dönem "Erken Cumhuriyet Dönemi" olarak adlandırılan dönemdir. Bu dönemi anlatan ve Amme İdaresi Dergisinde yayınlanan makale örnekleri bölüm 2.2'de verilmiştir.

2.2.Amme İdaresi Dergisi'nde Kamu Yönetiminin 1923-1945 Yıllarını Anlatan Makalelerin Analizi

Sayı:34 / 3 , Yıl:Eylül / 2001

ADI:Türkiye de Kamu Kesimi Çalışanlarının Maaş ve Ücretlerine İlişkin Gelişmeler 1923-1963 (40 sf.), Ahmet MAKAL.

İÇERİK: Türkiye'de 1923-1963 döneminde kamu kesiminde çalışanların ücretlerinde meydana gelen gelişmelerin ortaya konması.

ÖZET: 1923-1963 döneminde kamu kesiminde işçi olarak çalışanların ücretlerinin piyasa koşullarına büyük ölçüde uyum sağladığını ve gayri safi milli hasıladaki artışa paralel olarak arttığını ortaya koymaktadır. 1947 sonrası dönemde sendikaların varlık kazanmaları ve iş uyuşmazlıkları yoluyla bu kesiminde memur olarak çalışanların durumları farklı olmuştur. Tek taraflı olarak devlet tarafından yapılan düzenlemelerle belirlenen maaşlar, işçi ücretlerinden farklı olarak piyasa koşullarına her zaman uyum gösterememiştir. Cumhuriyetin başlangıç dönemlerinde toplumsal prestij nedeniyle altın çağını yaşayan memurların gelir düzeyleri de bununla uyumlu olmuştur. Ancak zamanla toplumsal statü ve gelir kaybı yaşanmıştır. Bu çalışmada, Türkiye'de kamu kesimi istihdamındaki genişleme nedenleri dönemsel olarak incelenmiştir. Cumhuriyet öncesi dönemde kamu kesimi çalışanlarının gelirlerindeki gelişmelere ilişkin özete yer verilmiştir. Ayrıca maaşlara ilişkin gelişmeler, hukuki olarak ta ele alınmış ve aylıklara ilişkin nicel veriler verilmiştir.

Sayı:39/4,Yıl: Aralık/2006

ADI: Erken Cumhuriyet Döneminde Türk Kamu Yönetiminin Modernleşmesi: Merkezileşme (29 sf.), Işıl ÇAKAN.

İÇERİK: Yerel yönetim kurullarının yeniden belirlenmesi, bu meclisler için getirilen denetim ve kayıtlar, valilerin konumundaki değişimler ile mülki teşkilattaki yeni düzenlemeler merkezileşme boyutunda ele alınmıştır. Çalışmada ayrıca Osmanlıdan devralınan idari yapıya, vilayet idaresinde yetki problemine, değinilmiştir.

ÖZET: Osmanlıdan devralınan idari yapıdan, Tanzimat'tan bahsedilmiş. Merkezileşme kronolojik olarak anlatılmış. Ayrıca, vilayet idare meclislerinin kanunları ve vilayet hususi idarelerinin yetkilerini kontrol altına alma çabaları kronolojik olarak anlatılmış.

Sayı:39/4, Yıl:Aralık/2006

ADI: Cumhuriyet ve Kadın Memurlar (33 sf.),Onur Ender ASLAN.

İÇERİK: Türkiye'de kadınların memurluğa girmesi, Osmanlı'dan başlayarak tarihsel olarak ele alınmıştır. Dört tarihsel döneme ayrılmıştır.

ÖZET: Dört tarihsel dönemde; kadınların memurluğa girmesi, Osmanlı döneminde, 19.yy ikinci yarısında ilk olarak kadınlara hizmet için kamu hizmetine alınan kadınlar, Cumhuriyet ile birlikte kabul edilen önce yasal, daha sonra da anayasal güvencelerle genel olarak bütün kamu hizmetlerine girmeye başlayan kadınların 1980 sonrasında refah devleti uygulamaları ile birlikte kırsal kökenli ve alt toplumsal kesimlerden kadınlar kamu hizmetine daha yüksek oranlarda girmişlerdir. Çalışma 1980 ve sonrasına odaklanmıştır.

2.2.1.1923-1945 Yıllarında Kamu Yönetimi İle İlgili Yazılan Makalelerin Kısa Analizi

Çalışmanın bu bölümünde Türkiye Cumhuriyeti'nin 1923-1945 yılları arasında Kamu Yönetimi alanında yazılan makaleler genel hatlarıyla incelenmiştir. Erken Cumhuriyet Dönemi olarak adlandırılan dönemde , yayım hayatına başlayan diğer dergiler şunlardır:

Anadolu Mecmuası (1924-1945)

Türkiyat (1925-2016)

Akşam (1929-1964)

Kadro (1932-1935)

Ulus (1935-1937)

Yeni Sabah (1939-1950)

2.2.2. TODAİE ,1923-1945 arası kitaplar

Hukuk (idare hukuku ağırlıklı), ekonomi (dış ticaret ağırlıklı) ve tarih kitapları ağırlıktadır. Kamu Yönetimi ile ilgili «belediye, köy ve mesken» ile ilgili çalışmalar yapılmıştır.

Belediyeler bankası ve belediye istikrazları ;Artukmaç, Sadık

Belediye maliyesi ;Ergin, Necmeddin

Komün bilgisi-şehirciliğe giriş ;Reuter, Ernst

Modern devlette memur ;Adal, Hasan Şükrü

Amme hukuku; Menemencioğlu, Etem

Mahalli idarelerden : şehirler ve belediyecilik ;Naci, K

3.TÜRK İDARE DERGİSİ

İçişleri Bakanlığı yayın hizmetlerinin başlangıç yılı 1928 olarak kabul edilmektedir. Cumhuriyetin ilanından sonra Atatürk'ün başlattığı çağdaşlaşma hareketleri sonucunda İçişleri Bakanlığı faaliyetlerine başlamıştır.

Kamu kurumlarında hizmetlerin daha çabuk, etkin ve verimli olabilmesi için ihtiyaçlar belirlenirken personelin bilgi ve kültürünün artırılması, çalışma alanlarıyla ilgili gelişmelerden haberdar edilmesi ve özellikle merkez ile taşra arasında bir bağ oluşturulmasının gerekliliği ile birlikte bağ oluşturulması çabası ortaya çıkmıştır.

Türk İdare Dergisi ,ilk kez 1928 yılının Nisan ayında "Dahiliye Vekaleti'nin Aylık Mecmuası" olarak "İdare" adı altında eski harflerle yayın hayatına başlamıştır. İçişleri Bakanlığı'nın kamu yönetimi ile ilgili en önemli yayın faaliyeti olarak günümüze kadar ulaşmıştır.

İlk altı sayısı Osmanlıca basılan dergi, yeni alfabenin benimsenmesi ile yeni harflerle basılmaya başlamış ve Türk kamu yönetiminde önemli bir yere sahip olmuştur. Bakanlık personelinin hizmetlerini daha iyi yürütebilmesi için bilgi ve yeteneklerinin geliştirilmesi, genel ve mesleki birikiminin artırılması, yönetime ilişkin iç ve dış gelişmelerden haberdar edilmesi gibi önemli işlevler üstlenen dergi, Bakanlık personelinin yanı sıra kamu yöneticileri, akademisyenler, kamu yönetimi ve kamu hukuku alanında öğrenim gören öğrenciler ve toplumun her kesiminden araştırmacılar için de önemli bir kamu yönetimi bilgi kaynağı olmuştur.

3.1.Dergi Yayın Hayatının Tarihsel Gelişimi

Türk İdare Dergisi'nin tarihsel gelişimi beş döneme ayrılarak incelenmiştir. Bu dönemler, 1928-2009 yılları arasını kapsamaktadır.

a)1928-1942 Dönemi:

Türk İdare Dergisi, Nisan 1928'de "İdare" adıyla aylık olarak yayımlanmaya başlamıştır. Derginin ilk altı sayısı Osmanlıca olarak basılmıştır. İlk sayısının başında yer alan Mukaddime'de Derginin yayın amacı ve içeriği hakkında bilgi verilmiş, hedefler ortaya konulmuştur. Yedinci sayısından itibaren yeni yazıyla çıkarılan Dergi, 1942 ye kadar 169 sayı olarak yayımlanmıştır. Gerçekte 170 sayı yayımlanmış olmasına karşın 1942 yılının Şubat ayında çıkan Dergiye sayı verilmemiştir. Bu yıllarda çıkarılan bazı sayıların ayrı ayrı hazırlanıp birleştirilerek tek kapak altında basıldığı görülmektedir. (67, 68 ve 69 uncu sayılar; 161, 162, 163 ve 164 üncü sayılar)15 yıl kadar süren bu dönem, Mayıs 1942'ye ait 169 uncu sayı ile sona ermiş ve derginin yayın hayatında kesinti yaşanmıştır.

b)1944-1975 Dönemi:

1944 yılının Eylül-Ekim aylarında dergi adı değiştirilerek çıkartılmıştır. Dergi iki ayda bir basılmaya başlanmıştır. 170 inci sayıdan itibaren dergi "İdare Dergisi" adını almıştır. Bu dönemde toplam 186 sayı yayımlanan Derginin bazı sayıları birleştirilerek basılmıştır.1963 yılına ait 281 inci sayısıyla derginin adı tekrar değiştirilmiş ve bugünkü adı olan "Türk İdare Dergisi" adını almıştır.

c)1976-1979 Dönemi:

Dört yıllık süre içerisinde yalnızca beş sayı yayımlanabilmiştir.360 ıncı sayıdan sonra yayın hayatında kesinti yaşanmıştır. Bu kesinti 1982 yılına kadar devam etmiştir.

d)1982'den Sonraki Dönem:

1984 yılında 363 üncü sayıdan itibaren yılda4 sayı Mart, Haziran, Eylül ve Aralık aylarında olmak üzere düzenli aralıklarla yayımına devam edilmiş ve kesintiye uğratılmadan bugüne kadar sürdürülmüştür.

e)2009 Hakemli Dergi Dönemi:

Türk İdare Dergisi, 12 Şubat 2009 tarihli Müsteşarlık Makamının olurlarıyla ulusal hakemli akademik mesleki bir yayın haline getirilmiştir. Dergi, yeni yayın ilkesi gereğince 2009 yılının Haziran sayısından itibaren sadece bilimsel ve akademik düzeyde araştırma ve incelemeleri konu eden makaleleri yayımlamaktadır.

1937 yılında Türk İdare Dergisi kapağı görülmektedir. Hasan Şükrü Adal'ın Kamu Yönetimi ile ilgili yazdığı "Yüksek İdare kadrosundaki memurların tayinleri ve yetiştirilmeleri hakkında beynelminel anket" uygulaması yer almaktadır.

1939 yılında Türk İdare Dergisi kapağı görülmektedir. Talat Mümtaz Yaman'ın Kamu Yönetimi ile ilgili yazdığı "Osmanlı İmparatorluğu Mülki İdaresinde Avrupalılaşma" çalışması, kanun ve kararnameler yer almaktadır.

170 inci sayısında derginin içeriği zenginleşmiş ve tetkikler, tercümeler, konferanslar, fikir hareketleri ve incelemeler derginin içeriğine girmiştir.

4.SONUÇ

Cumhuriyet döneminde kamu yönetiminde yeniden yapılanma önemli bir konu olarak gündemde olmuştur. 1933 yılından itibaren bu konuda birçok çalışma yapılmış ve raporlar hazırlanmıştır (Tortop vd., 2007: 460).

1923-1945 dönemi ayrıntılı incelendiğinde Türkiye Cumhuriyeti'nin 1924 Anayasası 92. ve 93. maddeleri ile 1926 yılında çıkartılan Memurin Kanunu'nun, hukuk yönünden güvenceli ve ekonomik yönden çekici bir memurluk statüsü yarattığı görülmektedir. Bunların ardından memurların maaşları konusunda 1927 yılında Maaş Kanunu çıkartılmıştır. 1929 yılında çıkartılan Devlet Memurları Maaşatının Tevhid ve Teadülüne Dair Kanun ile de maaşlar arasında eşitlik ve birlik getirilmeye çalışılmıştır. Bu açıdan daha sonraları da bir çok yasal düzenleme yapılmıştır.

1923-1945, Personel yönetimi Fransız sisteminin etkisi altında bir kariyer sistemi içinde, statü hukukuna tabi memurlar ve sözleşme hukukuna tabi olan müstahdemler şeklinde yapılandırılmıştır.

Kamu yönetimi açısından önemli olan 1923-1945 yıllarının daha iyi anlaşılabilmesi o dönem kamu yönetimi ile ilgili yapılan çalışmalarla mümkün olabilmektedir. Bu nedenle Amme İdaresi Dergisi çok önemli bir kaynaktır. Aynı şekilde kamu yönetiminde yapılan yeniliklerin anlaşılabilmesi ve öğrenilebilmesi açısından da Türk İdare Dergisi önemli bir kaynak olarak karşımıza çıkmaktadır. Her iki dergi de kamu yönetimi yazınına önemli katkılar sunan makaleleri yayınlayarak kamu yönetimi öğreniminin her aşamasında katkı sağlamaktadırlar.

KAYNAKÇA

Aldan, M., (1979), "Türkiye'de Memur Seçiminde Sorunlar",Amme İdaresi Dergisi,12(3), ss.23-28.

Aslan, O. E., (2011), "Fordizmden Post-Fordizme Türkiye'de Memurların Maaş Düzeni", Amme İdaresi Dergisi,43(1), ss.81-122.

Aykaç, B., (1990), "Personel Yönetiminde Yeterlilik İlkesi", Amme İdaresi Dergisi, 23(4), ss.91-109.

Aykaç, B. (1991), "Yönetimin İyileştirilmesi ve Örgütsel Değişim", Amme İdaresi Dergisi, Cilt 24, Sayı 2, Haziran 1991, ss. 81-122.

Bilgin, K. U. ,(2008), "Kamu Performans Yönetimi: Vali ve Kaymakamlar Performans Ölçümü Araştırması", Amme İdaresi Dergisi,41(2), ss.59-80.

Canman, D., (1968), "Seçilmiş Batı Amerika Şehirlerinde Toplu Sözleşmeye Konu Olarak Memur Şikayetlerinin Çözümlenmesi", Amme İdaresi Dergisi, 1(2), ss.47-57 .

Eren, V., (2009), "Kamu Performans Yönetiminde Ölçüt Sorunu: İdari Faaliyetlerde Başarı Ölçütleri",Amme İdaresi Dergisi,42(2), ss.1 21.

Ersan, A., (1975), "Devlet Memurları ve Kadro Uygulaması",Amme İdaresi Dergisi,8(4), ss.41

Göküş, M., (2000), "Tek-Parti Döneminde Türk Kamu Bürokrasisinin Gelişimi",Amme İdaresi Dergisi, Cilt 33, Sayı 2, ss. 23-33.

Kubalı, D., (1999), "Performans Denetimi",Amme İdaresi Dergisi, 32(1), ss.31-62

Üsdiken,B.,Selekler,N.,Çetin,D.,(1998), "Türkiye'de Yönetim Yazınına Egemen Anlayışın Oluşumu: Sevk ve İdare Dergisi Üzerine Bir İnceleme",Amme İdaresi Dergisi,Cilt 31,Sayı 1, Mart 1998.ss.57-87.

Üsdiken, B. ve Pasadeos,Y.,(1992), "Türkiye'de Yayınlanan Yönetimle İlgili Makalelerdeki Atıflar Üzerine Bir İnceleme", Amme İdaresi Dergisi, Cilt 25, Sayı 2, ss. 107-134

Üsdiken, B. ve Pasadeos,Y.,(1993),Türkiye'de Örgütler ve Yönetim Yazını, Amme İdaresi Dergisi, Cilt 26, Sayı 2, ss.73-93.

Kamu Yönetimi Araştırması Genel Rapor ,Türkiye Ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları No: 238 , Prof.Dr.Turgay Ergun, Devlet İstatistik Enstitüsü Matbaası, Ankara -1991.

Tutum, C., (1973), "Gerçekleştirilemeyen Reform: Personel Reformu",Amme İdaresi Dergisi,6(3), ss.3-26.

Tortop, Nuri (1986a), "Personel Yönetimi ile İlgiliBazı Kavramların Uygulanması ve Anlamı", Amme İdaresi Dergisi,19(3), ss.31-42.

Yalçındağ, S. (1970). Kamu Yönetim Sistemimizin Tarihsel Evrimi Üzerine Notlar. Amme İdaresi Dergisi, Cilt 3, Sayı 2, ss. 20-57.

Türkiye'de Kamu Yönetimi Yazını (1945'ten Günümüze)

Öğr.Gör. Senem Demirkıran

Trakya Üniversitesi, İpsala MYO, Adalet Programı, senemdemirkiran@trakya.edu.tr

Özet: 1940'lı yılların sonundan başlayarak 1950'li yıllar boyunca Kamu Yönetimi yazınına "Karşılaştırmalı Kamu Yönetimi" yaklaşımı hakim olmuştur. Karşılaştırmalı incelemeler yapılmıştır. Amacı yönetim siyaset ikilemini düşürmektir. Kamu Yönetimi alanında kültürel farklılıkların öneminin anlaşılmasını sağlamıştır. 1960'lı yıllara gelindiğinde ise ABD'de yaşanan toplumsal gelişmeler Kamu Yönetimi disiplinini etkilemiştir.1960'lı ve 1970'li yıllar da ise ABD'de kamu yöneticileri, idari reformun yeniden düzenlenmesi, yönetimin yeniden düzenlenmesi, kırtasiyeciliğin önlenmesi görüşlerini içeren "örgüt yönetimi geliştirme" etrafında yoğunlaşmışlardır. ABD'de ortaya çıkan toplumsal olayların etkileri ile devlet ve bürokrasinin kamuoyu gözünde güven kaybına uğraması "yönetimde etik sorununu" ve "yönetimin sorumluluğunu" ön plana çıkartmıştır. Bu yıllarda, "kamu siyasası" yaklaşımı da ön plana çıkmıştır. Siyaset bilimcilerden sonra kamu yöneticileri arasında da popüler olan bu yaklaşım ile kalkınma desteklenmiştir. 1955-1965 yılları arasında ise "Karşılaştırmalı Kamu Yönetimi" "Kalkınma Yönetimi" ile zenginleşmiş ve kalkınma planlarını içeren Kalkınma Yönetimi en çok ilgi çeken inceleme alanı olmuştur. Bu çalışmada 1945'ten günümüze kadar geçen sürede kamu yönetimi yazını incelenecek ve kamu yönetiminin gelişim süreci değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Karşılaştırmalı kamu yönetimi, kalkınma yönetimi, kamu işletmeciliği

1.GİRİŞ

Türk Kamu Yönetimin gelişimi açısından 1923-1980 yılları arasında pek çok farklı gelişme yaşanmıştır. Bu dönemler tek partili hayattan çok partili hayata geçmenin yanı sıra ekonomi politikalarının değiştiği, yönetim şekillerinin farklılaştığı yıllardır. Tüm bu değişim ve gelişmeler kamu yönetimini doğrudan etkilemiş, bu konuda araştırma faaliyetlerini arttırmıştır. Önem arz eden 1945-1980 arasındaki dönem de ise, Türkiye için kalkınma hareketlerinin ön plana çıktığı yeni bir dönem başlamıştır.

Dünyada da Kamu yönetiminde 1930-1950 yılları arasındaki dönem kamu yönetimi açısından değişimin yaşandığı bir dönemdir. Bu dönem, Neoklasik Yönetim Kuramı ile gelişme göstermiştir. Bu kurama göre yönetimde davranışsal ve beşeri ilişkiler önemlidir. Bu nedenle Klasik Yönetim Kuramının ihmal ettiği "insan" unsurunu incelemiş ve yönetimin en önemli unsuru olduğu üzerinde durmuştur. Motivasyon, liderlik, insan ilişkileri ve insan davranışları gibi konuları inceleme konusu yapmıştır.

Küreselleşme ve tüm dünyada yaşanan toplumsal, ekonomik ve teknolojik değişimler kamu yönetimini de etkilemiş ve değişime zorlamıştır. 1970'lerde kamu-özel sektörlerde insan unsuru sorgulanmaya ve geliştirilmesi zorunluluğu tartışılmaya başlanmıştır. Liberalizmin etkileri ile de kamu sektöründe kamu işletmeciliğinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Kamu kurumları kamu işletmeciliği ile bir işletme gibi hareket edip, vatandaşı müşteri gibi görme anlayışı içine girmeye başlamışlardır.

1980'lerde ise kamu yönetiminde reform çalışmaları ile kamu yönetiminde dönüşüm süreci başlamıştır. Kamu işletmeciliği, yeni kamu işletmeciliği gibi kavramlar ortaya çıkmış ve kaliteli hizmet sunmak için kamu kurumları işletme uygulamalarına dönüşmeye başlamıştır.

1990'larda Yeni Kamu Yönetimi Yaklaşımı ön plana çıkmış ve işletme kurallarını içeren bu yaklaşımla kamu yönetiminin katı hiyerarşik yapısı yerini esnek kamu yönetimine bırakmıştır.

Bu çalışmada, kamu 1945'ten sonra kamu yönetiminin gelişimi kısaca anlatılmış ve bu gelişimi inceleyen kamu yönetimi yazını analiz edilmeye çalışılmıştır. Çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Öncelikle kamu yönetiminin gelişimi açısından önemli olan 19445-1980 dönemi kısaca anlatılmıştır. Ardından bu döneme ait Türkiye'de kamu yönetimi yazını örnekleri incelenmiştir. Çalışmanın amacı kamu yönetimi eğitimi alanında yol gösterici olmasıdır.

2.1945-1980 DÖNEMİ

1930-1950'lere Kamu Yönetimi açısından "İnsan İlişkileri Okulu" damga vurmuştur. Daha önceki geleneğin eleştirisi olarak ortaya çıkan bu yaklaşım, her iki gelenekte de verimli ve etkili bir yönetimin nasıl oluşturulacağı ile ilgilenmiştir. Verimlilikte "insan" unsurunun dışlanamayacağını ortaya koymuş ve "insan" özellikle sürdürülebilirlik ve yüksek kar elde etmek isteyen işletmelerin de öncülüğünde en önemli unsur olarak kabul

edilmiştir. Özel sektörde etkili olan verimliliği arttırma çabaları kamu yönetimine aktarılarak, verimlilik amaçlanmıştır.

Bu dönemde "insan" ve "örgüt davranışı" üzerine araştırmalar ve incelemeler yapılmıştır. Kamu Yönetimi disiplini "örgüt" kavramı çerçevesinde ele alınmaya devam etmiş ve işletmelerin en önemli unsuru olan "yönetim" ile vazgeçilmez unsuru olan "insan" kamu yönetiminde daha fazla ele alınmıştır.

Bu yaklaşım devlete ait olma ve kar yararı sağlama özelliklerinin göz ardı edilmesine neden olduğundan eleştirilmiştir.

1940'lı yılların sonundan 1950'li yıllar boyunca Kamu Yönetimi yazınına "Karşılaştırmalı Kamu Yönetimi" yaklaşımı hakim olmuştur. Bu yaklaşım, arada kalmıştır, ne yönetim ne de tam siyasettir. Karşılaştırmalı incelemeler yapılmıştır. Amacı yönetim siyaset ikilemini düşürmektir. Kamu Yönetimi alanında kültürel farklılıkların öneminin anlaşılmasını sağlamıştır.

1955-1965 yılları arasında "Karşılaştırmalı Kamu Yönetimi" "Kalkınma Yönetimi" ile zenginleşmiş ve kalkınma planlarını içeren Kalkınma Yönetimi en çok ilgi çeken inceleme alanı olmuştur.

1960'lı yıllara gelindiğinde ise ABD'de yaşanan toplumsal gelişmeler Kamu Yönetimi disiplinini etkilemiştir.1960'lı ve 1970'li yıllar da ise ABD'de kamu yöneticileri, idari reformun yeniden düzenlenmesi, yönetimin yeniden düzenlenmesi, kırtasiyeciliğin önlenmesi görüşlerini içeren "örgüt yönetimi geliştirme" etrafında yoğunlaşmışlardır. ABD'de ortaya çıkan toplumsal olayların etkileri ile devlet ve bürokrasinin kamuoyu gözünde güven kaybına uğraması "yönetimde etik sorununu" ve "yönetimin sorumluluğunu" ön plana çıkartmıştır. Bu yıllarda, "kamu siyasası" yaklaşımı da ön plana çıkmıştır. Siyaset bilimcilerden sonra kamu yöneticileri arasında da popüler olan bu yaklaşım ile kalkınma desteklenmiştir.

1980'li yıllarda ABD'de "Kamu İşletmeciliği" yaklaşımı yaygınlaşmıştır. Bu yaklaşıma göre:

- Sosyal devlet sorgulanmış "küçük devlet, güçlü piyasa" düşüncesi ortaya çıkmıştır.
- Müşteri, kar, alış veriş gibi kavramlar Kamu Yönetimi'ne girmiştir.
- Kamu Yönetimi "devleti işletme gibi yönet" düşüncesiyle daha fazla işletme olmuştur.
- Özel sektörün kar elde etmeye dayalı yönetim anlayışı, kamu örgütlerine örnek gösterilmiştir.
- Kamu kurumlarının işletme yönetilir gibi yönetilmesi düşüncesi ortaya çıkmıştır.
- Neo-liberal ilkeler Kamu Yönetimi'ne girmiştir.
- En az devlet müdahalesi, serbest piyasa ekonomisi içinde devletin diğer aktörlerden farksız olması gibi düşünceler bu yaklaşım içinde yer edinmiştir.

Ancak piyasaya müdahale etmeyen ancak hukuksal koruma sağlayan devlet, kamu yararı ve kar ikilemi içinde kalmıştır. Ardından 1980'li yılların sonunda, "Yeni Kamu İşletmeciliği" ve "Yönetişim" yaklaşımları ortaya çıkmıştır.

1990'ların sonrasında da Kamu Yönetiminin gelişimi için ortaya konan yaklaşımlar yine devletin bir işletme gibi görülmesi gerektiğine dayanmaktadır. Uluslararası kuruluşların ulus devletleri engel olarak görmeleri ve uluslararası şirketlerin çıkarlarının devlet olgusunu zayıflatması ile Kamu yönetiminin işletmecilikle olan bağının güçlenmesine neden olmuştur. Bu da Kamu Yönetimi Disiplininde "Yönetişim" yaklaşımının gelişimini arttırmıştır. Yönetişim yaklaşımı:

- Temelleri küreselleşme, özelleştirme ve yerelleşmeye dayanır.
- Devleti kaynakları verimli kullanamayan aşırı genişlemiş bir yapı olarak değerlendirmektedir.
- Devletin küçülmesi gerektiğini savunmaktadır.
- Yönetimi devletle özdeşleştiren klasik yaklaşımları eleştirmektedir.
- Bu çerçevede; yerinden yönetim ilkesi yanında kamu- özel ve gönüllü kuruluşların işbirliği anlayışını ortaya çıkartmaktadır.

3.TÜRKİYE'DE KAMU YÖNETİMİ YAZINI

1950'lerden önce Osmanlı'dan devralınan idari yapının reformdan geçirilmesi için uğraşılmıştır. Örgütlenme, mevzuat, ücret, yönetimin rasyonelleştirilmesi konuları öncelik kazanmıştır.

Bu "İdari reform" 1960'lara kadar sürmekle birlikte Batı merkezli bakış açılarının etkisi altında kalıp aktarmacı olmuştur. Ancak bu durum yerel ihtiyaçların dikkate alınmamasına ve örgüt odaklı bir yaklaşım izlenmesine neden olmuştur. Türk yönetim anlayışı,, planlama ve kalkınma kavramları ile birlikte ele alınmaya başlanmıştır. 1965 sonrasında yerli araştırmacılar Kamu Yönetimi alanında eserler vermeye başlamışlardır.

1970'li yıllarda; "Karşılaştırmalı Kamu Yönetimi", "Kalkınma Yönetimi" Türkiye'de de ilgi gören yaklaşımlar olmuştur.

1970'lerde yönetimde davranış ön plana çıkmaya başlamıştır. Ancak bu yaklaşım Batı merkezli bakış açısıyla yaygınlaşmıştır. 1980'li yıllarda da bu çalışmalar devam etmiştir. 1980'li yılların başında Türkiye'de Kamu Yönetimi'nin gelişimi üzerine bir araştırma yapılmıştır. Heper ve Berkman tarafından yapılan bu araştırmaya göre; Türkiye'ye özgü ve yerel yönetsel araştırmalar niteliksel yetersizliklere sahiptir.

1980 sonrası, Türkiye'de Kamu Yönetimi'nin gelişimi Batı dünyasının etkisi altında kalmıştır. 1980 sonrasında Kamu Yönetimini "yapısal uyum programları" etkilemiştir. Ayrıca 1980 sonrasında devletin ve yönetimin yapısını ve faaliyet alanlarını hedef alan radikal bir yapılanma süreci yaşanmıştır.

Refah devletinin krizi ve neo-liberalizmin egemenliğini kurması süreci azgelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından yapısal uyarlama programlarını gündeme getirmiştir. Özellikle Dünya Bankası tarafından yönlendirilen yapısal uyum programları azgelişmiş ülkelerde kamu ekonomisi ve kamun yönetiminin izleyeceği rotayı belirlemiştir.

4.SONUÇ

1945-1980 döneminde yapılan kamu yönetimi reformları içinde personel rejimleri ile memurlar için süreklilik teminatının olduğu görülmektedir. Bu dönemde yapılan kamu yönetimi alanındaki düzenlemeler incelendiğinde hem dünyada hem Türkiye'de düzenlemelerin eksik tarafı olarak kariyer sisteminin temeline sınıflandırma sisteminin getirilememiş olması öne çıkmaktadır.

Kurumların birbirinden bağımsız olarak personel kadrolarını ve derecelerini belirlemeleri ve merkezi bir personel kurumunun olmaması çatışma ve düzensizlik yaratmıştır. Kamu kurumlarında işletmeciliğe geçilmesine rağmen hizmet içi eğitime yer verilmemesi, kariyer sistemi ve uzmanlaşmayı olumsuz etkilemiştir. Liyakat sistemi sınırlı bir şekilde kabul edilmiştir. Buna dayalı olarakta her kurum kendi personel düzenini kurmuştur.

1945-1980 yıllarında görülen en önemli değişiklikler ise şunlardır: Yeni yüzyıl ile beraber, yeni kamu işletmeciliğini içeren Postmodern yaklaşımlar yaygınlaşmıştır. Yönetim varlığını korumuş, yerelleşme, yönetimde etik ön plana çıkmıştır. Küreselleşme ile birlikte karşılaştırmalı ve uluslararası boyutlarda büyük bir gelişme ve bilgi birikimi yaşanmıştır. Kamu yönetimi alanında yaşanan bu değişimler ile birlikte kamu yönetimi alanında yapılan çalışmalar artmış ve Kamu Yönetimi Yazını büyük bir hızla gelişmeye başlamıştır.

KAYNAKÇA

Aslan, O. E., (2012),"Maaş İlişkisi ve Türkiye'de Memur Maaşları (1970–2008)", Amme İdaresi Dergisi, 44(3), ss.109-140.

Atay, Y. Ş., (2015), "Kamu Görevlileri Toplu Sözleşmesinin Hukuki Niteliği",Amme İdaresi Dergisi,48(3), ss.1-39.

Hamza A. ve Kırılmaz, H., (2015), "Sağlık Personelinin Performans Yönetimine İlişkin Görüşleri Üzerinde Kişisel Faktörlerin Etkileri", Amme İdaresi Dergisi,48(4), ss.97-128.

Aykaç, B., (1990), "Personel Yönetiminde Yeterlilik İlkesi", Amme İdaresi Dergisi, 23(4), ss.91-109.

Aykaç, B. (1991), "Yönetimin İyileştirilmesi ve Örgütsel Değişim", Amme İdaresi Dergisi, Cilt 24, Sayı 2, Haziran 1991, ss. 81-122.

Berkman, A.Ü.,(1987),"Amme İdaresi Dergisi'nde Yayınlanan Makaleler ve Türk Yönetim Bilimi", Amme İdaresi Dergisi, Cilt 20, Sayı 4, ss. 19-42.

Bilgiç, R., (2010), "İşe İlişkin Tutumlar, İş Rolü Algıları ve Algılanan Performans Arasındaki İlişki", Amme İdaresi Dergisi,43(4), ss.67-86.

.Bilgin, K. U., (2004), "Performans Yönetiminde İnsan Kaynağı Planlaması",Amme İdaresi Dergisi, 37(2), ss.123-147.

Büte, M. (2011), "Kayırmacılığın Çalışan Davranışları ve İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları Üzerine Etkileri: Türk Kamu Bankalarına Yönelik Bir Araştırma", Amme İdaresi Dergisi,44(1), ss.135-153.

Canman, D., (1992), "Kamu Personel Rejimimiz ve Personel Reformu Üzerine Düşünceler",Amme İdaresi Dergisi,25(3), ss.311.

Çakan, I. (2006), "Erken Cumhuriyet Döneminde Türk Kamu Yönetiminin Modernleşmesi: Merkezileşme",Amme İdaresi Dergisi,Cilt 39, Sayı 4, ss. 45-73.

Eren, V. ve Ufuk, D., (2007), "KamuSektöründe performansın Anlaşılması ve Geliştirilmesi",Amme İdaresi Dergisi, 40(1), ss.107 134

Ergun, Turgay. Kamu Yönetiminin Gelişimine Kısa Bir Bakış, l.Cilt, Açılış Bildirisi, s.7-13.

Ergun, T.,(1997),"Postmodernizm ve Kamu Yönetimi", Amme İdaresi Dergisi, Cilt 30, Sayı 4, ss.3-15.

Erkin, V., (1971), "Personel Rejimini Geliştirme Çalışmaları",Amme İdaresi Dergisi,4(1), ss.41-55.

Erkin, V., (1969a), " Personel Reformu Çalışmaları",Amme İdaresi Dergisi,2(2), ss.89 104.Erkin, Veda (1969b), "İdarede Verim ve Personel Meseleleri",Amme İdaresi Dergisi,2(3), ss.37-50.

Ersan, A., (1974), "Personel Yönetimi ve Devlet Personel Uzmanlığı",Amme İdaresi Dergisi,7(4), ss.93-104.

Güler, B. A., (2005), Yeni Sağ ve Devletin Değişimi Yapısal Uyarlama Politikaları, (2. Baskı), İmge Kitabevi, Ankara.

Güler, B. A., (2003), "Kamu Personel Sisteminde Reform Zorlamaları",Amme İdaresi Dergisi,36(4), ss.17 34.

Fedai,R.,(2017), Kamu Personel Yönetimi Alanında Yaşanan Reform Pratiklerinin Amme İdaresi Dergisi Üzerinden Analizi (1968-2015), Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 31 2017sayı: 5,Ss.1163-1180.

Göküş, M., (2000), "Tek-Parti Döneminde Türk Kamu Bürokrasisinin Gelişimi",Amme İdaresi Dergisi, Cilt 33, Sayı 2, ss. 23-33.

Kazancı, M., (1974), "Personel Değerlendirmesi",Amme İdaresi Dergisi,7(1), ss.11-26.

Köksal, Ü. A., (1968), "İktisadi Devlet Teşekkülleri Personel İdaresi ve Personeli ile İlgili Bazı Sorunlar",Amme İdaresi Dergisi,1(2), ss.86-102.

Kubalı, D., (1999), "Performans Denetimi",Amme İdaresi Dergisi, 32(1), ss.31-62

Heper, M. ,(1973),"Osmanlı-Türk Devletinde Bürokrasinin Siyasal Rolü: Kamu Yönetimi Kuramı Açısından Bazı Gözlemler",Amme İdaresi Dergisi, Cilt 6, Sayı 2, ss. 29-40.

Heper, M. ve Berkman,A.Ü., (1979), "Türkiye'de Kamu Yönetimi Araştırma ve Eğitimince Kavramsal Disiplininde Yöntem Sorunları", Amme İdaresi Dergisi, Cilt 12, Sayı 2, ss. 3-18.

Üsdiken, B. ve Çetin, D. (1999), "Türkiye'de Akade- mik Dünyanın Yönetme İşine Yaklaşımında 1950'li Yıllarla Birlikte Ne Değişti?", Amme İdaresi Dergisi, Cilt 32, Sayı 4, ss.47-65.

Üsdiken, B. ve Erden, Z. (2001), "Örnek Alma, Mecbur Tutulma ve Geçmişe Bağımlılık: Türkiye'deki Yönetim Yazınında Değişim", Amme İdaresi Dergisi, Cilt 34,Sayı 4,ss. 1-31.

Üsdiken, B. ve Pasadeos,Y.,(1992), "Türkiye'de Yayınlanan Yönetimle İlgili Makalelerdeki Atıflar Üzerine Bir İnceleme", Amme İdaresi Dergisi, Cilt 25, Sayı 2, ss. 107-134

Makal, A., (2001), "Türkiye'de Kamu Kesimi Çalışanlarının Maaş ve Ücretlerine İlişkin Gelişmeler: 1923–1963", Amme İdaresi Dergisi,34(3), ss.59-98.

Öztürk, N. K., (2006), "Kamu Sektöründe Performans Ölçümü ve Karşılaşılan Sorunlar",Amme İdaresi Dergisi, 39(1), ss.81-99.

Soydan T., (2007), "Yeni Sağ Politikalar: Türkiye'de Kamu Reformu ve Kamu Hizmetleri", Eğitim, Bilim, ToplumDergisi, 5(17), ss.112 135.

Tikici, M., (1990), "Kamu İktisadi Teşebbüslerinde Hizmet İçi Eğitimin Norm Kadro ile İlişkilendirilmesi",Amme İdaresi Dergisi,23(2), ss.95-10 .

Şehitoğlu, Yasin ve Cemal Zehir (2010), "Türk Kamu Kuruluşlarında Çalışan Performansının, Çalışan Sessizliği ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Bağlamında İncelenmesi",Amme İdaresi Dergisi,43(4), ss.87-110.

Tekeli,İ. ,(1983), Yerel Yönetimlerde Demokrasi ve Türkiye'de Belediyelerin Gelişimi - Amme İdaresi Dergisi,ss.3-22.

Tutum, C.,(1969), "Yeni Personel Rejimi Üzerine",Amme İdaresi Dergisi,3(3), ss.11-29.

Tutum, C., (1968b), "Türkiye'de Personel Reformu Üzerine Düşünceler", Amme İdaresi Dergisi,1(1), ss.32-45.

Uçar, A. Y., (2014), "Kapitalizmde Planlama: Tarihsel ve Toplumsal Çözümleme", Amme İdaresi Dergisi, 47(3), ss.43-68.

Usta, A., (2012), "Kamu Örgütlerinde Kurumsal Karne Modeli İle Performans Yönetimi: Boyutlar ve Göstergeler", Amme İdaresi Dergisi, 45(1), ss.99-120 .

AHS Ve COPRAS Yöntemleri İle CNC Dik İşleme Merkezi Tezgâh Alternatiflerinin Değerlendirilmesi

Dr. Öğr. Üyesi V. Sinem Arıkan Kargı [1]

[1]Uludağ Üniversitesi/ İİBF/ Ekonometri Bölümü, vesa@uludag.edu.tr

Özet: Günümüz rekabet koşulları, üretim işletmelerini daha verimli, daha kaliteli, daha esnek ve daha hızlı üretim yapmaya zorlamaktadır. CNC(Bilgisayarlı Nümerik Kontrol) dik işleme merkezi tezgâh alternatiflerinin doğru seçimi, ürün kalitesinde artışı ve üretimde verimliliği sağlamasının yanısıra, maliyetin azalması bakımından da önemlidir. Model ve çeşitlilik nedeniyle CNC işleme merkezi tezgâh seçimi yapabilmek oldukça karmaşık bir karardır. Ayrıca her firmanın önem verdiği kriterler kendine özeldir. Çalışmada, enerji sektöründe faaliyet gösteren kaynak ile birleştirilmiş parçalarda talaşlı üretim yapan firmanın makine tezgâh seçimi için çok kriterli karar verme yöntemlerinden AHS(Analitik Hiyerarşi Süreç) ve COPRAS(Complex PRoportional Assesment) yöntemleri birlikte kullanılarak değerlendirilmiştir. CNC tezgâh seçiminde firma için uygun olan beş model alternatifi söz konusudur. CNC üç eksenli(X, Y ve Z) tezgâh seçiminde belirlenen kriterler ise tablaların ölçüsü, eksenlerin hızı, spindle devir ve fiyattır. Tezgâh seçiminde ele alınacak kriterlerin ağırlıkları AHS yöntemi ile belirlenirken, tezgâh alternatiflerinin değerlendirilmesinde ise COPRAS yöntemi kullanılmıştır. Ele alınan yöntemler sonucunda, firma için en uygun olan tezgâhın dört numaralı model olduğu belirlenmiş ve yönetimine sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: AHS Yöntemi, COPRAS Yöntemi, CNC İşleme Merkezi Tezgâh Seçimi

1.GİRİŞ

Günümüz koşullarında rekabet eden üretim firmalarının öncelikli amacı kaynaklarını etkin kullanarak mal ve hizmet üretmektir. Firmaların yaşamlarını sürdürebilmesi aldıkları kararlara bağlıdır. CNC(Bilgisayarlı Nümerik Kontrol) dik işleme merkezi tezgâh seçimi önemli bir yatırım kararıdır. Üretimin hızı, kalitesi ve maliyeti kullanılan CNC tezgahına bağlıdır. Bu bakımdan üretim yapan firmalar için CNC tezgâh seçimi önemlidir.

İşleme merkezi; iş parçasının farklı yüzeylerinde, değişik yönlerde, birbirinden farklı operasyonların yapılmasına imkân veren bilgisayar kontrollü bir takım tezgâhıdır. İşleme merkezleri birbirinden farklı iş parçalarının aynı makinede daha kısa sürede, istenen boyut ve toleranslarda işlenmesine imkân verir. İşleme merkezleri farklı eksenlerde doğrusal ve açısal hareket ve otomatik kesici takım değiştirme kabiliyetleri sayesinde önceden farklı tezgâhlarda yapılan çok sayıda işlemin tek bir tezgâhta yapılmasına olanak sağlamaktadır(İç ve Yurdakul,2008:86).

Literatürde, işleme merkezi tezgâh / makine seçiminde kullanılan çok kriterli karar verme (ÇKKV) yöntemlerine ilişkin yapılmış çalışmalar şöyle özetlenebilir. Oeltjenbruns ve diğerleri (1995), Lin ve Yang (1996), Yurdakul (2004) , Çimren ve diğerleri (2004 ve 2007) işleme merkezi seçiminde AHS yöntemini kullanmışlardır. Ayağ (2007), makine seçim probleminde AHS'nin yanında simülasyon tekniğini, Dağdeviren (2008) AHS ve PROMETHEE yöntemini, Karim ve Karmaker (2016), AHS ile TOPSIS yöntemini kullanmışlardır. Arslan vd. (2004) çok kriterli ağırlıklı ortalamayı, Agdaie vd. (2013) SWARA ve COPRAS-G, Çakır ve Akar(2017) SWARA ve TOPSIS yöntemini kullanmışlardır. Makine seçiminde Bulanık AHS (BAHS), kullanan çalışmalar arasında Ayağ ve Özdemir (2006), Duran ve Agulio (2008) bulunmaktadır. Bunların yanında Kaya vd. (2007) ile Yurdakul ve İç (2009) Bulanık TOPSIS, Önüt vd. (2008) BAHS-BTOPSIS, Tuzkaya vd. (2010) Bulanık Analitik Ağ Süreci (BAAS)-Bulanık PROMETHEE, Ayağ ve Özdemir (2011) BAAS, Vatansever ve Kazançoğlu (2014) BAHS-Bulanık MOORA, tekniklerini uygulamışlardır.

Çalışma, Enerji sektöründe faaliyet gösteren kaynak ile birleştirilmiş parçalarda talaşlı üretim yapan firmanın belirli kriterler altında işe en uygun CNC işleme tezgâhının belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Bu amaca ulaşmak için çok kriterli karar verme yöntemlerinden AHS (Analitik Hiyerarşi Süreç) ve COPRAS (Complex PRoportional Assesment) yöntemleri birlikte ele alınmıştır

Çalışma beş bölümden oluşmaktadır. İkinci bölümünde AHS yöntemine değinilmiş ve yöntemin adımları verilmiştir. Üçüncü bölümde COPRAS yöntemi açıklanmış ve çözüm aşamasında izlenecek adımlar özetlenmiştir. Dördüncü bölümde uygulamaya yer verilmiştir. Beşinci bölümde ise elde edilen sonuçlar değerlendirilerek önerilerde bulunulmuştur.

2. AHS YÖNTEMİ

Analitik hiyerarşi süreci 1970'lerde Thomas L. Saaty tarafından geliştirilen, çok kriterli karar verme yöntemlerinden birisidir. AHS; karmaşık, yapılandırılmamış bir durumun, bileşenlerini ve değişkenlerini hiyerarşik bir düzende ifade etme, her bir alternatifin kıyaslamalı önem düzeyine ilişkin kişisel yargılara nicel değerler atama ve elde edilen yargıların sonucuna göre değişkenlerin öncelik düzeylerini ortaya koyarak sentez yapma yöntemi olarak tanımlanabilir(Saaty,2005:5).

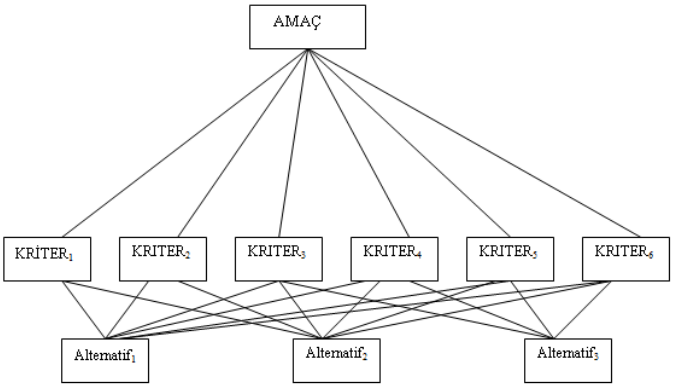
Çoğu durumlarda kriterlerin birbiri ile çelişmesinden dolayı, karar vericinin en iyi alternatifi belirlemesi zor ve ayrıca karar verme yöntemlerinin büyük bir kısmı da sadece nicel kriterleri içerir. Oysa gerçek hayatta karar verme süreci, nicel ve nitel kriterlerden önemli ölçüde etkilenir. İşte analitik hiyerarşi süreci, karar seçeneklerinin değerlendirilmesi ve seçilmesi sürecinde hem nicel hem de nitel karar kriterlerinin kullanılmasına imkân veren bir yöntemdir. Bu nedenle analitik hiyerarşi süreci hem gerçek yaşama benzeyen bir yapıya sahip olması hem de nitel ve nicel kriterleri dikkate almasından dolayı, birçok alanda karşılaşılan karar problemlerinin çözümünde kullanılmaktadır.

AHP yöntemi ile problemleri çözerken izlenecek adımlar şu şekilde özetlenebilir:

1.Adım: İlk olarak karar problemi tanımlanır.

2.Adım: Daha sonra ele alınan problem, belirli kriterlerden, mevcutsa alt kriterlerden ve alternatiflerden oluşan hiyerarşik bir yapı şeklinde ifade edilir. Bir karar probleminin yapısını oluşturmada en basit yöntem, Şekil 1'de görülen üç seviyeli hiyerarşik yapıdır. Bu hiyerarşik yapının en üstünde amaç yer alırken bir alt seviyede kriterler yer almaktadır. Problemin yapısına göre hiyerarşik yapıya alt kriterler de eklenebilir. Hiyerarşinin en alt seviyesinde ise alternatifler yer almaktadır.

Şekil 1. Üç Aşamalı Basit Bir Hiyerarşi Modeli



3. Adım: Hiyerarşik yapının oluşturulmasından sonraki aşama, hiyerarşi düzeyindeki elemanların göreli önemlerin belirlenmesidir. Bu, bir dizi soru cevap işlemi sonucunda her düzeyde bulunan elemanlar arasında oluşturulan ikili karşılaştırmalar yolu ile belirlenir. Karar vericiler, ikili karşılaştırma yaparken Saaty tarafından önerilen 1–9 ölçeğini kullanırlar. Bu karşılaştırma ölçeği Tablo 1'de görülmektedir (Saaty, 2008:86).

Tablo 1. Karşılaştırma ölçeği

Önem Derecesi	Tanım	Açıklama
1	Eşit derecede önem	İki faaliyet amaca eşit düzeyde katkıda bulunuyor.
3	Orta derecede önem	Tecrübe ve yargı bir faaliyeti diğerine orta derecede tercih ettiriyor.
5	Kuvvetli derecede önem	Tecrübe ve yargı bir faaliyeti diğerine kuvvetli bir şekilde tercih ettiriyor.
7	Çok kuvvetli derecede önem	Bir faaliyet güçlü bir şekilde tercih ediliyor ve baskınlığı uygulamada rahatlıkla görülüyor.
9	Mutlak derecede önem	Bir faaliyetin diğerine tercih edilmesine ilişkin kanıtlar büyük güvenilirliğe sahip.

4. Adım: Bu adımda, ikili karşılaştırma matrislerinin tutarlılıkları kontrol edilir. Eşitlik (1) kullanılarak tutarlılık indeksi hesaplanır.

$$CI = \frac{\lambda_{\max} - n}{n-1} \quad (1)$$

Tutarlılık oranının hesaplanabilmesi için karar alternatiflerinin sayısına karşılık gelen rassal indeks(RI)değeri tespit edilir. RI değerleri Tablo 2'de görülmektedir (Saaty, 1998:21). Daha sonra, Eşitlik (2) yardımıyla tutarlılık oranı hesaplanır.

$$\text{CR} = \frac{CI}{RI} \quad (2)$$

CR oranın 0,10 altında olması hesaplanan tutarlılık düzeyleri için ikili karşılaştırmalar matrisinin her bir elemanının önem düzeylerinin anlamlı olduğu kabul edilir. Aksi olduğunda yani oran 0,10 üzerinde olması durumunda ise karar vericinin yargılarında tutarsız olduğunu gösterir. Bunun için karşılaştırmaların tekrar gözden geçirilerek yargıların iyileştirilmesi gereklidir.

Tablo 2. Rassal indeks değerleri

n	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*	*8*	*9*	*10*	*11*	*12*	*13*	*14*	*15*
RI	*0,00*	*0,00*	*0,58*	*0,90*	*1,12*	*1,24*	*1,32*	*1,41*	*1,45*	*1,49*	*1,51*	*1,48*	*1,56*	*1,57*	*1,59*

5. Adım*:* Hiyerarşideki tüm elemanların öncelik vektörleri hesaplandıktan sonra bu değerlerin birleştirilmesi yani sentezi gerçekleştirilir. Sentez aşamasında birleştirilecek öncelik vektörlerinin elde edilmesi için, ikili karşılaştırma matrisindeki her satırın toplamı bulunur ve her toplam, tüm satırların toplamına bölünür yani normalize edilir.

6. Adım: İkili karşılaştırmalar sonucunda elde edilen öncelik değerleri birleştirilerek alternatiflerin amaca ilişkin öncelikleri elde edilir. Daha sonra, değerlendirilen kriterlerin öncelik değerleri ile alternatiflerin öncelik değerleri çarpılıp toplanarak birleştirme işlemi yapılır. Elde edilen sonuçlardan en yüksek değere sahip alternatif seçilir.

3. COPRAS YÖNTEMİ

1996 yılında, Vilnius Gediminas Teknik Üniversitesi araştırmacıları Zavadskas ve Kaklauskas karmaşık oransal değerlendirme COPRAS (Complex Proportional Assessment) adlı bir yöntemi geliştirmişlerdir. Yöntem kriterlerin önem ve fayda dereceleri açısından alternatifleri sıralama ve değerlendirmesi için uygulanmaktadır. Kriter değerleri ölçüt değerlendirmesinde fayda kriterini üst düzeye çıkartılması ve faydasız kriterleri en aza indirme değerlendirilmesi için kullanılır (Aksoy vd., 2015: 11). COPRAS için diğer çok kriterli karar verme yöntemlerinden üstünlüğü alternatiflerin yarar derecelerini gösteriyor olmasıdır. Alternatiflerin birbirleriyle karşılaştırılarak diğer alternatiflerden ne kadar iyi ya da ne kadar kötü olduğunu yüzde olarak ortaya koyar.

COPRAS Yönteminin aşamaları aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Zavadskas vd., 2008:241-247).Modeldeki değişkenler aşağıdaki gibi gösterilsin.

A_i = i. alternatif i= 1,2,…m
Kj = j değerlendirme kriteri j= 1,2,…n
W_j = j değerlendirme kriterinin ağırlığı j= 1,2,…n
X_{ij} = j değerlendirme kriteri açısından i. alternatifin değeri

1. Adım: Eşitlik 3'te görüldüğü gibi karar matrisi oluşturulur.

$$D = \begin{matrix} A_1 \\ A_2 \\ A_3 \\ . \\ . \\ A_m \end{matrix} \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & x_{13} & . & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & x_{23} & . & x_{2n} \\ x_{31} & x_{32} & x_{33} & . & x_{3n} \\ . & . & . & . & . \\ . & . & . & . & . \\ x_{m1} & x_{m2} & x_{m3} & . & x_{mn} \end{bmatrix} \quad (3)$$

2.Adım: Eşitlik (4) yardımıyla karar matrisi normalize edilmiş karar matrisine dönüştürülür.

$$x_{ij}^{*} = \frac{x_{ij}}{\sum_{i=1}^{m} x_{ij}} \qquad \forall j = 1,2,\dots,n \quad (4)$$

3. Adım: Ağırlıklı normalize edilmiş karar matrisi oluşturulur. Ağırlıklı normalize edilmiş karar matrisi oluşturma işlemi Eşitlik (5) yardımıyla yapılır.

$$D' = d_{ij} = x_{ij}^{*}.w_j \quad (5)$$

4. Adım: Faydalı ve faydasız kriterler belirlenir. Faydalı kriterler için ağırlıklı normalize edilmiş karar matrisindeki değerlerin toplamı $Si+$, faydasız kriterler için ağırlıklı normalize edilmiş karar matrisindeki değerlerin toplamı ise $Si-$ olarak gösterilir. Faydalı ve faydasız kriterler in hesaplanışı Eşitlik(6) ve Eşitlik(7) de verilmiştir.

$$S_{i+} = \sum_{j=1}^{k} d_{ij} \qquad j=1,2,\dots,k \text{ faydalı kriterler} \quad (6)$$

$$S_{i-} = \sum_{j=k+1}^{n} d_{ij} \qquad j=k+1, k+2, \dots, n \text{ faydasız kriterler} \quad (7)$$

5. Adım: Her alternatif için Qi olarak simgelenen göreceli önem değeri Eşitlik (8) kullanılarak hesaplanır.

$$Q_i = S_{i+} + \frac{\sum_{i=1}^{m} S_{i-}}{S_{i-}.\sum_{i=1}^{m} \frac{1}{S_{i-}}} \quad (8)$$

6. Adım: En yüksek göreceli öncelik değeri Eşitlik (9) yardımıyla bulunur.

$$Q_{max} = en\ büyük\{Q_i\} \quad \forall i = 1,2,\dots,m \quad (9)$$

7. Adım: Her bir alternatif için Pi olarak simgelenen performans indeksi Eşitlik (10) kullanılarak hesaplanır ve alternatifler büyükten küçüğe sıralanır.

$$P_i = \frac{Q_i}{Q_{max}}.100\% \quad (10)$$

4. UYGULAMA

Çalışma, Bursa'da türbinlerin yanma odası parçasının üretimini yapan bir imalat firmasında yapılmıştır. Öncelikle CNC işleme merkezi tezgâhların seçimi için AHS ve COPRAS yöntemlerinin uygulanmasına karar verilmiştir. Daha sonra firmada çalışan imalat müdür ve şefi ile görüşülerek gelen tekliflerin seçimi konusunda sekiz kriter belirlenmiştir. Bu kriterler Tablo 3' de verilmiştir.

Tablo 3. Kriterler

Kriterler
TX: X Eksenindeki Hareket Mesafesi
TY: Y Eksenindeki Hareket Mesafesi
TZ: Z Eksenindeki Hareket Mesafesi

SX: X Eksen Hızı
SY: Y Eksen Hızı
SZ: Z Eksen Hızı
SD: Spindle Devri
C: Fiyatı

Kriterlerin belirlenmesinin ardından karar vericilerden bu kriterleri ikili olarak karşılaştırması istenmiştir. Bu ikili karşılaştırmalar sonucu oluşturulmuş karar matrisi Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 4. Karar Matrisi

	TX	**TY**	**TZ**	**SX**	**SY**	**SZ**	**SD**	**C**
TX	1	1	0,5	3	1	1	0,5	3
TY	1	1	1	1	2	1	1	1
TZ	2	1	1	1	1	2	2	1
SX	0,33	1	1	1	2	0,5	1	0,5
SY	1	0,5	1	0,5	1	1	1	1
SZ	1	1	0,5	2	1	1	1	1
SD	2	1	0,5	1	1	1	1	1
C	0,33	1	1	2	1	1	1	1

Karar matrisine ait tutarlılık oranı (CR) 0,08 olduğu için elde edilen karar matrisi tutarlıdır. AHS yöntemine göre, tutarlılık kontrol edildikten sonra, karar matrisi normalize edilmiştir. Normalize karar matrisi Tablo5'de görülmektedir.

Tablo 5. Normalize Karar Matrisi

	TX	**TY**	**TZ**	**SX**	**SY**	**SZ**	**SD**	**C**
TX	0,12	0,13	0,08	0,26	0,10	0,12	0,06	0,32
TY	0,12	0,13	0,15	0,09	0,20	0,12	0,12	0,11
TZ	0,23	0,13	0,15	0,09	0,10	0,24	0,24	0,11
SX	0,04	0,13	0,15	0,09	0,20	0,06	0,12	0,05
SY	0,12	0,07	0,15	0,04	0,10	0,12	0,12	0,11
SZ	0,12	0,13	0,08	0,17	0,10	0,12	0,12	0,11
SD	0,23	0,13	0,08	0,09	0,10	0,12	0,12	0,11
C	0,04	0,13	0,15	0,17	0,10	0,12	0,12	0,11

Normalize karar matrisi elde edildikten sonra, kriterlere ilişkin ağırlıklar Tablo 6'da görüldüğü gibi elde edilmiştir.

Tablo6. AHS Yöntemi İle Elde Edilen Kriter Ağırlıkları

Kriterler	**Ağırlıklar**
TX : X Eksenindeki Hareket Mesafesi	0,15
TY: Y Eksenindeki Hareket Mesafesi	0,13
TZ: Z Eksenindeki Hareket Mesafesi	0,16
SX: X Eksen Hızı	0,11
SY: Y Eksen Hızı	0,10
SZ: Z Eksen Hızı	0,12
SD: Spindle Devri	0,12
C: Fiyatı	0,12

Bu çalışmada görüşülen karar vericilere göre en önemli kriter, en yüksek kriter ağırlığına sahip "Z eksenindeki hareket mesafesidir", onu sırasıyla "X eksenindeki hareket mesafesi", "Y eksenindeki hareket mesafesi" izlemektedir. "Z eksenindeki hız, "Spindle devir ve Fiyat" kriterleri eşit önem düzeyindedir, sonrasında ise "X eksen hızı" ve "Y eksen hızı" izlemektedir.

AHS yöntemi ile CNC tezgâh seçiminde etkili olan kriterlerin ağırlıkları hesaplandıktan sonra COPRAS yöntemi ile CNC tezgâh alternatiflerinin sıralamaları belirlenmiştir. Bunun için firmanın aldığı beş tezgâh teklifi söz konusudur.

COPRAS yönteminde, faydalı kriterler amaca ulaşmada daha yüksek değerlerin daha iyi durumu gösterdiği kriterleri ifade etmektedir. Çalışmada; X eksenindeki hareket mesafesi, Y eksenindeki hareket mesafesi, Z eksenindeki hareket mesafesi, X eksen hızı, Y eksen hızı ve Z eksen hızı faydalı kriterlerdir. Bu kriterlerin değerlerinin yüksek olması alternatif seçiminde olumlu yönde etkilidir. Bunun yanında kriterler arasında değerleri düşük olduğunda alternatiflerin seçimini olumlu yönde etkileyecek kriterlere de faydasız kriterler denir. Çalışmada; Spindle devir ve fiyat kriterleri de faydasız kriterler arasındadır.

Belirlenen tezgâh alternatiflerinin değerlendirme kriterlerine ilişkin verilere uygulamasını yaptığımız firmadan edinilmiştir. Bu değerler Tablo7'de görülen karar matrisini oluşturmuştur.

Tablo7. Karar Matrisi

	Kriterler							
Alternatifler	**TX**	**TY**	**TZ**	**SX**	**SY**	**SZ**	**SD**	**F**
MODEL I	610	430	570	40	40	40	10000	557620
MODEL II	850	550	550	30	12	12	8000	366750
MODEL III	600	510	510	36	36	30	8000	352080
MODEL IV	700	400	330	48	48	48	10000	301570
MODEL V	700	400	330	48	48	48	10000	438130
TOPLAM	3460	2290	2290	202	184	178	46000	2016150

Karar matrisinin oluşturulmasının ardından Tablo 8'de görülen normalize karar matrisi hesaplanmıştır.

Tablo 8. Normalize Karar Matrisi

	Kriterler							
Alternatifler	**TX**	**TY**	**TZ**	**SX**	**SY**	**SZ**	**SD**	**F**
MODEL I	0,1763006	0,187773	0,248908	0,19802	0,217391	0,224719	0,217391	0,276577
MODEL II	0,2456647	0,240175	0,240175	0,148515	0,065217	0,067416	0,173913	0,181906
MODEL III	0,1734104	0,222707	0,222707	0,178218	0,195652	0,168539	0,173913	0,17463
MODEL IV	0,2023121	0,174672	0,144105	0,237624	0,26087	0,269663	0,217391	0,149577
MODEL V	0,2023121	0,174672	0,144105	0,237624	0,26087	0,269663	0,217391	0,21731
TOPLAM	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

Daha sonra AHS yöntemi ile elde edilen kriter ağırlıkları kullanılarak Tablo 9'da görülen ağırlıklı normalize edilmiş karar matrisi oluşturulmuştur.

Tablo9. Ağırlıklı Normalize Karar Matrisi

	Kriterler							
Alternatifler	**TX**	**TY**	**TZ**	**SX**	**SY**	**SZ**	**SD**	**F**
MODEL I	0,0264451	0,02441	0,039825	0,021782	0,021739	0,026966	0,026087	0,033189
MODEL II	0,0368497	0,031223	0,038428	0,016337	0,006522	0,00809	0,02087	0,021829
MODEL III	0,0260116	0,028952	0,035633	0,019604	0,019565	0,020225	0,02087	0,020956
MODEL IV	0,0303468	0,022707	0,023057	0,026139	0,026087	0,03236	0,026087	0,017949
MODEL V	0,0303468	0,022707	0,023057	0,026139	0,026087	0,03236	0,026087	0,026077

Ağırlıklı normalize edilmiş karar matrisinin oluşturulmasının ardından faydalı kriterler için $Si+$ ve faydasız kriterler için $Si-$ değerleri hesaplanarak bu hesaplama sonuçları aşağıda verilen Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo10. Her Alternatif İçin Si+ Ve Si- Değerleri

Alternatifler	Si+	Si-
MODEL I	0,1611685	0,059276
MODEL II	0,1374486	0,042698
MODEL III	0,1499906	0,041825
MODEL IV	0,1606961	0,044036
MODEL V	0,1606961	0,052164

Her alternatif için Qi olarak simgelenen göreceli önem değeri hesaplanarak bu değerler aşağıdaki Tablo11'de verilmiştir.

Tablo 11. Her Alternatif İçin Qi Değeri

Alternatifler	Qi
MODEL I	0,199337
MODEL II	0,190436
MODEL III	0,204084
MODEL IV	0,212074
MODEL V	0,204068

P_i olarak simgelenen performans indeksi 100 olan alternatif en iyi alternatiftir. Tablo 12'de verilen sıralamaya göre, en iyi alternatif %100 performans indeks değerine sahip olan 4 numaralı tezgâh modeli, en kötü alternatif ise %89,797 performans indeks değeri ile 2 numaralı tezgâh modeli olarak bulunmuştur.

Tablo 12. Her Alternatif İçin Pi Değeri ve Alternatiflerin Tercih Sırası

Tercih sırası	Alternatif	P_i
1	**MODEL IV**	100,000
2	**MODEL III**	96,233
3	**MODEL V**	96,225
4	**MODEL I**	93,994
5	**MODEL II**	89,797

5.SONUÇ

Üretim işletmelerinde, CNC işleme merkezi tezgâhları önemli bir yatırım kararıdır. Firmanın ihtiyaçlarına uygun, doğru bir yatırım kararı alabilmek için, bu seçimi etkileyen kriterlerin iyi bilinmesi gerekir. Kararlar üzerine etki eden tüm kriterlerin değerlendirilmesi ve analizi amacıyla, bilimsel bir yöntemin kullanılması sezgisel ve tecrübeye dayalı bir karar verilmesinden daha yararlıdır. Çalışmada firma yönetimine sunulan CNC dik işleme merkezi tezgâh tekliflerinin seçimi konusundaki problem, çok kriterli karar verme yöntemlerinden AHS ve COPRAS yöntemlerinin birleşimine dayanan bir yaklaşım ile ele alınmıştır. Öncelikle AHS yöntemi ile kriter ağırlıkları belirlenmiş ve daha sonra COPRAS yöntemi kullanılarak teklifi verilen beş tezgâh model alternatifi arasındaki sıralama belirlenmiştir. Yöntemin uygulanması sonucu elde edilen sıralama Model IV>Model III>Model V>Model I>Model II şeklindedir. Bu sonuçlara göre firmaya en iyi alternatif olan Model IV önerilmiştir.

Gelecek çalışmalarda, CNC tezgah seçim problemi için diğer ÇKKV yöntemi kullanılabilir. Bu çalışmada kriterlerin ağırlıkları analitik hiyerarşi süreç yöntemi kullanılarak bulunmuştur. MACBETH yöntemi, , Entropi ağırlık yöntemi veya SWARA gibi farklı yöntemler kullanılarak da ağırlık verilebilir.

KAYNAKÇA

Agdaie, M.H., Zolfani, S.H. ve Zavadskas, E.K. (2013). " Decision Making in Machine Tool Selection: An

İntagrated Approach With SWARA and COPRAS-G Methods", Engineering Economics, 24(1): 5-17.

Ayağ, Z. ve Özdemir, R.G. (2006). "A Fuzzy AHP Approach to Evaluating Machine Tool Alternatives", Journal of Intelligent Manufacturing, 17: 179-190

Ayağ, Z. (2007). "A Hybrid Approach to Machine Tool Selection Through AHP and Simulation", International Journal of Production Research, 45(9): 2029-2050.

Aksoy, E., Ömürbek, N. ve Karaatlı, M.(2015). "Ahp Temelli Multımoora Ve Copras Yöntemi İle Türkiye Kömür İşletmeleri'nin Performans Değerlendirmesi", Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 33(4): 1-28.

Arslan, M.Ç., Çatay, B. ve Budak, E. (2004). "A Decision Support System For Machine Tool Selection", Journal of Manufacturing Technology Management, 15(1): 101-109

Çakır,E ve Akar,G.S (2017) . "Bütünleşik Swara–Topsıs Yöntemi İle Makine Seçimi: Bir Üretim İşletmesinde Uygulama, International Journal Of Academic Value Studies, 3(13):206-216.

Çimren. E, Budak, E, Çatay, B.(2004). "Development of a Machine Tool Selection System Using Analytic Hierarchy Process" in:R Teti (Ed.), Proc. Of the 4th CIRP International Seminar on Intelligent Computation in Munufacturing Engineering, Sorrento, Italy:193-198.

Çimren. E, Çatay, B., Budak, E.(2007). "Development of a Machine Tool Selection System Using Analytic Hierarchy Proces", International Journal of Advanced Manufacturing Technology".

Dağdeviren, M. (2008). "Decision Making in Equipment Selection: An Integrated Approach with AHP and PROMETHEE", Journal of Intelligent Manufacturing, 19: 397–406.

Duran, O. ve Aguilo, J. (2008). "Computer-aided Machine-Tool Selection Based on a Fuzzy-AHP Approach, Expert Systems with Applications", 34: 1787-1794.

İç,Y.T. ve Yurdakul,M.(2008)." İşleme Merkezi Seçimine Yönelik Bir Karar Destek Sisteminin Geliştirilmesi", Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi, 23(1):85-95.

Karim, R. ve Karmaker C.L. (2016). "Machine Selection by AHP and TOPSIS Methods", American Journal of Industrial Engineering, 4(1): 7-13

Kaya, İ., Kılınç, M.S. ve Çevikcan, E. (2007)," Makine-Teçhizat Seçim Probleminde Bulanık Karar Verme Süreci", Mühendis ve Makina, 49(576): 8-14.

Lin, Z-C. ve Yang, C-B.(1996) "Evaluation of Machine Selection by the AHP Method", Journal of Materials Processing Technology, 57(1): 253-258.

Oeltjenbruns, H., Kolarik, W.J. ve Schnadt- Kirschner, R.(1995). "Strategic Planning in Manufacturing Systems- AHP Application to an Equipment Replacement Decision", International Journal of Production Economics, 38(1): 189-197.

Saaty, T.L.(2005). Theory and Applications of the Analytic Network Process: Decision Making with Benefits, Opportunities, Costs and Risks, RWS Publications.

Saaty, T. L. (2008). "Decision Making With The Analytic Hierarchy Process", Int. J. Services Sciences, 1(1): 83-98.

Tuzkaya, G., Gülsün, B., Kahraman, C. ve Özgen, D. (2010). " An integrated Fuzzy Multi-Criteria Decision Making Methodology for Material Handling Equipment Selection Problem and an Application", Expert Systems with Applications, 37: 2853–2863.

Vatansever, K. ve Kazançoğlu, Y. (2014). " Integrated Usage of Fuzzy Multi Criteria Decision Making Techniques for Machine Selection Problems and an Application", International Journal of Business and Social Science, 5(9), 12-24.

Yurdakul, M.(2004). "AHP as a Strategic Decision- Making Tool To Justify Machine Tool Selection", Journal of Materials Processing Technology, 146(1): 365-376.

Yurdakul, M. ve İç, Y.T. (2009). " Analysis of the Benefit Generated by Using Fuzzy Numbers in a TOPSIS Model Developed for Machine Tool Selection Problems", Journal of Materials Processing Technology, 209: 310–317.

Monte Carlo Simülasyonu İçin VBA Uygulaması

Arş.Gör.Dr.Arzu Eren Şenaras[1] **Öğr.Gör.Şahin İnanç[2]**

[1]Uludağ Üniversitesi / İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri, arzueren@uludag.edu.tr

[2] Uludağ Üniversitesi / Keles MYO, Bilgisayar Teknolojileri, sahininanc@uludag.edu.tr

Özet: Gerçek hayatta bir sistem üzerinde istediğimiz değişikliklerin sonuçlarını deneme yanılma yoluyla uygulamak maliyetli, riskli sonuçlar doğurabilir. Simülasyon ile gerçek hayatta var olan bir sistemin bilgisayar modelini geliştirerek sistemin davranışı hakkında bilgi sahibi olabiliriz. Monte Carlo Simülasyonunda bir deneyin sonucunu tahmin etmek için rasgele örneklemeden yararlanılır. Bu çalışmanın amacı Monte Carlo Simülasyonu yönteminin MS Excel Visual Basic Application ile uygulanmasıdır. MS Excel'de geliştirilen uygulama ile Hesapla butonuna tıklandığında Monte Carlo Simülasyonu sonuçları ve bu sonuçlara göre, ortalama, varyans, standart sapma, medyan, mod, aralık, en büyük, en küçük değerler VBA kodları aracılığıyla hesaplanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Simülasyon, Monte Carlo Simülasyonu, VBA.

Abstract: Implementing the results of the changes we want on a system in real life through trial and error may have costly, risky results. We can learn about the behavior of the system by developing a computer model of a system that exists in real life with simulation. In Monte Carlo Simulation, random sampling is used to estimate the outcome of an experiment. The aim of this study is to implement Monte Carlo Simulation with MS Excel Visual Basic Application. By clicking the Calculate button with the application developed in MS Excel, Monte Carlo Simulation results and according to these results, average, variance, standard deviation, median, mode, range, largest, smallest values are calculated by VBA codes.

Keywords: Simulation, Monte Carlo Simulation, VBA.

1.GİRİŞ

Bir model, bir sistemin veya sürecin temsilidir (Carson, 2004: 9). Simülasyon, yeni sistem tasarımlarının analizi, mevcut sistemlere uyarlamalar ve işletim kurallarında önerilen değişiklikler için güçlü bir araçtır (Carson, 2004: 9). Karmaşık bir sistemin simülasyon modeli gerçek sisteme sadece yaklaştırılabilir (Law, 2005: 24).

Simülasyon modelleri aşağıdaki şekilde daha fazla sınıflandırılabilir:

• Statik veya Dinamik

• Deterministik veya Stokastik

• Kesikli veya Sürekli

Bir statik simülasyon modeli, belirli bir zamanda bir sistemi temsil eder (Banks v.d.., 2005: 13). Bir sistem, eğer davranışı tamamen tahmin edilebilirse, deterministiktir (Sezen ve Günal, 2009: 21). Simülasyon modelleri, problem çözmede giderek daha fazla kullanılmakta ve karar vermeye yardımcı olmaktadır (Sargent, 2004: 17).

2.MONTE CARLO SİMÜLASYONU

Monte Carlo simülasyonu, gelir ve hizmet talebini tahmin etmede yardımcı olabilir (Kalar, 2013: 43). Monte Carlo simülasyonu, her bir giriş değişkeni için tüm olası değerlerin belirli bir dağılımından rastgele değerler yerleştirerek olası sonuçların bir modelini oluşturur. Model, araştırmacı tarafından belirlenen her bir değişkenin olasılık dağılımından farklı bir rastgele değer seti kullanarak sonuçları yeniden hesaplamaya devam etmektedir (Valle ve Norvell, 2013: 35).

Monte Carlo yönetimi direkt analitik yaklaşımların mümkün olmadığı fonksiyonların integralinin sayısal elde edilmesinin bir yoludur. Manhattan Projesinde (II.Dünya Savaşında USA'de atom silahlarının yapımı çabalarının bir parçası) kullanıldığı zaman Monte Carlo Simülasyonu adını aldığı görülür. Yöntem böyle silahlar için gereksinim duyulan karmaşık durumların anlaşılması için kullanılmıştır (Sezen ve Günal, 2009: 56).

Monte Carlo tekniğinde, bir rastgele sayı üreteci ve kümülatif bir dağılım dağılımı kullanılarak yapay veriler üretilir. Geçmişte rasgele sayılar üretmek için bir takım yöntemler kullanılmış olmasına rağmen, bugün bilgisayarlarda yürütülen algoritmaları kullanıyoruz. Bir algoritma kullanmak rasgele sayıları oluşturduğundan,

aslında gerçekte rastgele değildirler ve böylece sözde-rastgele-sayılar- olarak adlandırılırlar, yani üretilenin aslında tekrarlanabilir olduğu ve dolayısıyla rasgele olmadığı anlamına gelir (Pegden ve Shannon, 1990: 12).

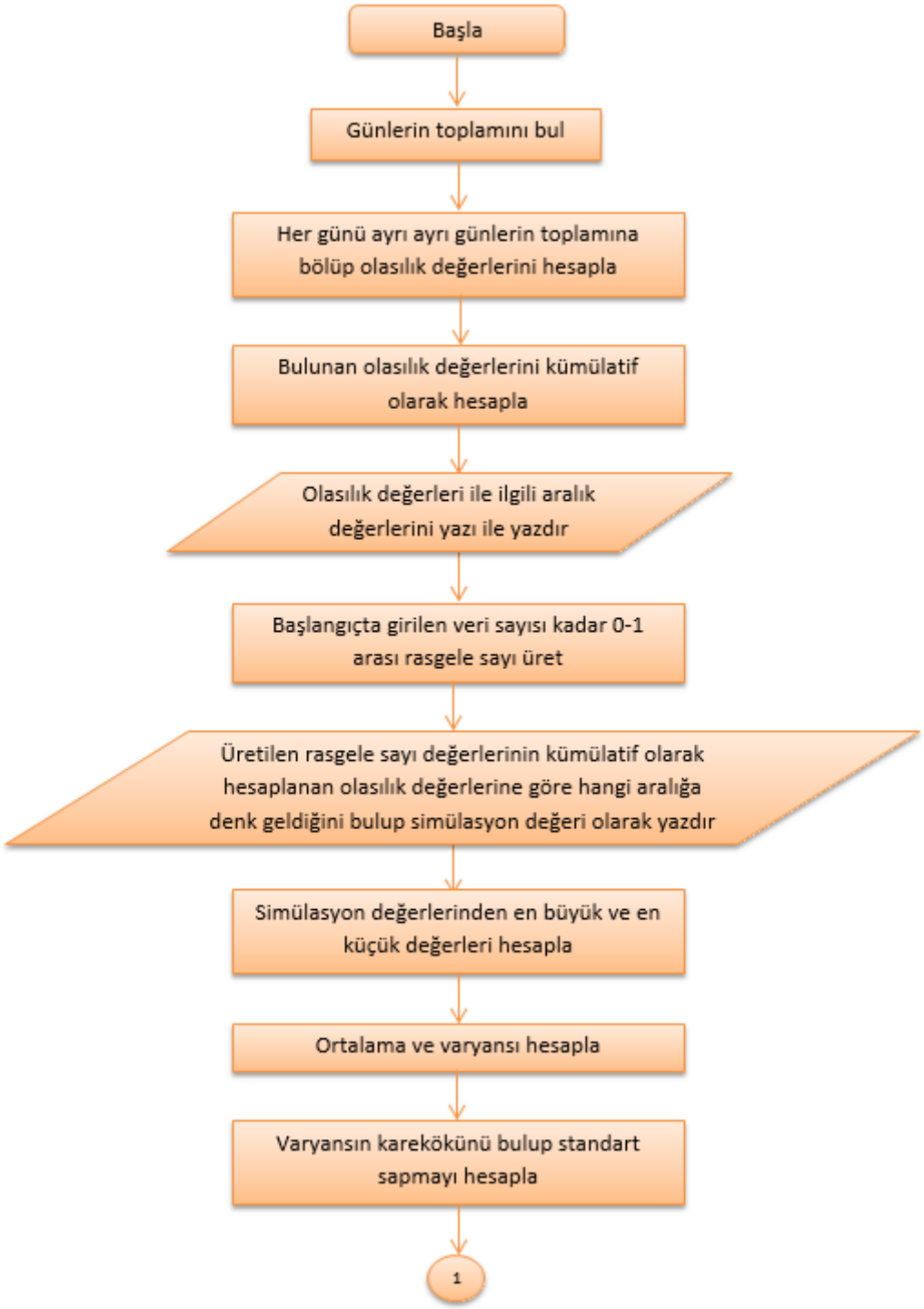
3. VBA UYGULAMASI

Monte Carlo Simülasyonu için VBA uygulamasının algoritması aşağıdaki gibidir.

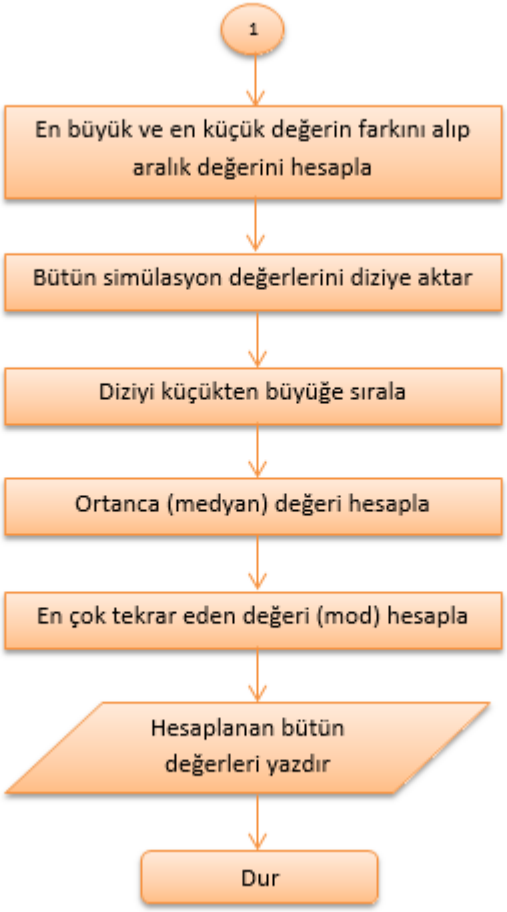
1. Başla
2. Günlerin toplamını bul ve toplam değişkenine aktar
3. Her gün değerini toplam değişkenine böl ve olasılık değerini bul (Bulunan olasılık değeri bir olayın ya da işin (asfalt çalışması gibi) bir gün içerisinde meydana gelme olasılığıdır. 0 ile 1 arasında bir değere karşılık gelir)
4. Olasılık değerlerini kümülatif (toplamsal) olarak hesapla
5. Kümülatif olarak hesaplanan değerleri aralık olarak yazı ile yazdır. (Örnek: 0.22 – 0.28'den küçük vs. gibi)
6. Rasgele sayı üret (0 ile 1 arası)
7. Üretilen rasgele sayıların kümülatif olarak bulunan aralıklardan hangi aralığa denk geldiğini bul ve bulunan değeri simülasyon değeri olarak yazdır.
8. Bulunan simülasyon değerlerinden en büyük ve en küçük değerleri hesaplayıp bul
9. Bulunan simülasyon değerlerinden ortalama ve varyansı hesapla
10. Varyansın karekökünden standart sapmayı bul
11. Aralık değerini daha önce bulunan en büyük ve en küçük değerin farkını alarak bul
12. Bulunan bütün simülasyon değerlerini diziye aktar
13. Diziyi küçükten büyüğe sıralı hale getir
14. Dizi yardımı ile ortanca (medyan) değerini hesapla
15. Dizi yardımı ile en çok tekrar eden değeri (mod) hesapla
16. Hesaplanan bütün değerleri yazdır
17. Dur

Monte Carlo Simülasyonu için VBA uygulamasının akış çizgesi Şekil 1 ve Şekil 2'deki gibidir.

Şekil 1: Monte Carlo Simülasyonu İçin Akış Çizgesi-1



Şekil 2: Monte Carlo Simülasyonu İçin Akış Çizgesi-2



4. SONUÇ

MS Excel VBA'de geliştirilen uygulama sayesinde Monte Carlo Simülasyonu uygulaması sonuçları pratik bir şekilde elde edilmiştir. Ele alınan örnek için 1000 adet rasgele sayı üretilmiş olup bu sayılara karşılık gelen talep değerleri elde edilmiştir. Bu değerlerin ortalaması, varyansı, standart sapması, mod değeri, medyan değeri, en büyük, en küçük değerler VBA kodları aracılığıyla hesaplanmaktadır. Bu sayede Monte Carlo Simülasyonu ile çözülmek istenen problemlere MS Excel VBA'de geliştirilen program ile pratik bir şekilde sonuç elde etme olanağı sağlanmıştır.

KAYNAKÇA

Korn, G. A., (2007), Advanced Dynamic-System Simulation, John Wiley & Sons, Inc., New Jersey, USA.

Law, A. M., (2005), "How to build valid and credible simulation models", Proceedings of the 2005 Winter Simulation Conference, pp. 24-32.

Sargent, R. G., (2004), "Validation and Verification of Simulation Models", Proceedings of the 2004 Winter Simulation Conference, pp. 17-28.

Sezen H. K., and Günal M. (2009), Yöneylem Araştırmasında Benzetim, Ekin Yayinevi, Bursa.

Kalar, M., (2013), " Monte Carlo or bust?", Public Finance, Vol. 43, pp.43-44.

Pegden C. D., and Shannon R.E. (1990), Sadowski R.P., Introduction to Simulation Using Siman, Mcgraw-Hill, New York.

Valle, M. and Norvell, T., (2013), "Using Monte Carlo Simulation to Teach Students about Forecast Uncertainty", Business Education Innovation Journal, Vol. 5, No. 2, pp. 35- 41.

En Kısa Yol Problemlerinin Dinamik Programlama ile VBA Uygulaması

Arş.Gör.Dr.Arzu Eren Şenaras[1] **Öğr.Gör.Şahin İnanç[2]**

Prof.Dr.H.Kemal Sezen[3]

[1]Uludağ Üniversitesi / İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri, arzueren@uludag.edu.tr

[2] Uludağ Üniversitesi / Keles MYO, Bilgisayar Teknolojileri, sahininanc@uludag.edu.tr

[3] Uludağ Üniversitesi / İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri, kemal@uludag.edu.tr

Özet: Dinamik programlama yöneylem araştırmasında kullanılan optimizasyon yöntemlerinden birisidir. Biri diğerini izleyen ve karşılıklı etkileri olan bir dizi kararın bütünüyle ele alındığı problemler için geliştirilen karar modelleri ve bunların çözümleri dinamik programlama başlığı altında incelenebilir. Öte yandan incelenen problemin biri diğeriyle ilişkili alt problemlere ayrılabilme özelliğini taşıması ya da bir problem için geliştirilen karar modelinin, birbirine bağlı karar modelleri haline dönüştürülmesi, dinamik programlama uygulaması için yeterli olmaktadır. Dinamik Programlama 1920' den bu yana önemini arttırarak gelişmiştir. Dinamik programlama, yöneylem araştırmasında kullanılan optimizasyon yöntemlerinden birisidir. Dinamik programlama bir takım kararların alınması konusunda türlü aşamalar (devreler, safhalar) için yapılması gerekli modeller olarak tanımlayabiliriz. Bu aşamalar; zamanla ilgili olabileceği gibi, bazı hallerde başka değişkenler cinsinden de olabilir. Bu çalışmanın amacı, en kısa yol probleminin dinamik programlama yöntemi kullanılarak VBA uygulamasının geliştirilmesidir. Dinamik programlama yöntemi ile MS Excel VBA'de programlama için gerekli algoritma ve akış şeması hazırlanarak en kısa yol problemlerinin çözümüne ışık tutulacaktır.

Anahtar Kelimeler: En Kısa Yol Problemi, Dinamik Programlama, Visual Basic Application(VBA), Optimizasyon.

VBA Application of Shortest Path Problems Via Dynamic Programming

Abstract: Dynamic programming is one of the optimization methods used in operations research. The decision models developed for the problems that follow one another and the whole of a series of mutually influential decisions and their solutions can be examined under dynamic programming. On the other hand, one of the problems examined is that it can be divided into sub-problems related to the other, or the decision model developed for a problem is transformed into interdependent decision models, and it is sufficient for dynamic programming application. Dynamic Programming has been developed by increasing its importance since 1920. Dynamic programming is one of the optimization methods used in operations research. Dynamic programming can be defined as necessary models for various stages (circuits, stages) in order to make a decision. These stages; it may be related to time, or in some cases may be in terms of other variables. The aim of this study is to develop VBA application by using dynamic programming method of shortest path problem. With the help of the dynamic programming method, the necessary algorithm and flow chart for MS Excel VBA programming will be prepared and the solution of the shortest path problems will be shed.

Key Words: Shortest Path Problem, Dynamic Programming, Visual Basic Application (VBA), Optimization.

1.GİRİŞ

Günümüzde, teknoloji hızla gelişmektedir. Bu teknolojik gelişimin sonucu olarak günlük hayatta yapılan birçok iş daha kolay ve kısa sürede gerçekleştirilmektedir. Trafik problemi büyük şehirlerde insanlar için en önemli sorunlardan birisidir. İşe geliş ve çıkış saatlerinde meydana gelen aşırı yoğunluk nedeniyle trafikte çok zaman harcanmaktadır. Bunun sonucu olarak, hem zaman kaybı olmakta, hem maliyet artışı olmakta, hem de insanlar trafikte yorulmakta ve yıpranmaktadırlar. En kısa yol problemi çok eski bir problemdir ve bu alanda çok sayıda çalışma yapılmıştır. İnsanlar bir noktadan bir başka noktaya daha hızlı ve kolay nasıl gidebileceklerini araştırmışlardır. En kısa yolu bulma probleminin amacı önceden belirlenen başlangıç noktasıyla, hedef nokta arasındaki en az yol maliyetini belirlemektir. Minimum yol maliyetini bulmak bu problemin ana amacıdır. En kısa yolu bulma problemi ağ optimizasyonlarında yoğun olarak kullanılmaktadır(Dener v.d., 2011). En kısa yol problemin modellenmesi ve çözümü için çok sayıda araştırma yapılmıştır. En kısa yolu bulmak için Bellman, Dijkstra, Dreyfus tarafından etkili algoritmalar geliştirilmiştir. Bu çalışmanın amacımız Dinamik programlama yöntemi ile MS Excel VBA'de programlama için gerekli algoritma ve akış şeması hazırlanarak en kısa yol problemlerinin çözümüne ışık tutmaktır.

2.DİNAMİK PROGRAMLAMA

Dinamik programlama yöneylem araştırmasında kullanılan optimizasyon yöntemlerinden birisidir. Biri diğerini izleyen ve karşılıklı etkileri olan bir dizi kararın bütünüyle ele alındığı problemler için geliştirilen karar modelleri ve bunların çözümleri dinamik programlama başlığı altında incelenebilir. Öte yandan incelenen problemin biri diğeriyle ilişkili alt problemlere ayrılabilme özelliğini taşıması ya da bir problem için geliştirilen karar modelinin, birbirine bağlı karar modelleri haline dönüştürülmesi, dinamik programlama uygulaması için yeterli olmaktadır. Dinamik Programlama 1920'den bu yana önemini arttırarak gelişmiştir. Dinamik programlama, yöneylem araştırmasında kullanılan optimizasyon yöntemlerinden birisidir. Dinamik programlama bir takım kararların alınması konusunda türlü aşamalar (devreler, safhalar) için yapılması gerekli modeller olarak tanımlayabiliriz. Bu aşamalar; zamanla ilgili olabileceği gibi, bazı hallerde başka değişkenler cinsinden de olabilir (Sezen, 2007 ve Wisnton, 1994).

Dinamik Programlamada Kullanılan Kavramlar

Aşama: Çok aşamalı bir karar sürecinin her bir alt problemi aşama olarak adlandırılır.

Durum: Her bir aşamada sistemin veya değişkenlerin alabileceği değerdir.

Herhangi bir aşamadaki durum, daha önceki aşamalarda verilen kararların soncu olarak tanımlanabilir. Bir aşamada verilen karar, bu aşamadaki değişkenler kümesini yeni bir değişkenler kümesine çevirmektedir. Yeni değişkenler kümesine uygun olarak durumda değişecektir. Durum, optimal bir karar vermek için herhangi bir aşamada ihtiyaç duyulan bilgi olarak da düşünülebilir.

Karar: Her bir süreçte aşamaları tamamlama ile ilgili seçenekler arasından bir seçim yapılması işlemi karar olarak isimlendirilir.

Optimal Politika: Çok aşamalı bir karar sürecinin her karara bağlı, maliyet veya kar cinsinden bir getirisi vardır. Optimal politika sürecin her bir aşaması için verilen kararların bir sırasıdır.

Geçiş Fonksiyonları: Her aşamanın bulunabilecek durumlarında verilebilecek karara göre bu aşamayı izleyen veya daha önceki aşamanın hangi durumuna gelineceğini belirleyen ilişkilere geçiş fonksiyonu denir.

Dinamik programlama, n değişkenli bir problemin optimum çözümünü problemi n aşamaya ayrıştırarak ve her aşamada tek değişkenli bir alt problemi çözerek belirler. Bunun hesaplama avantajı, n değişkenli alt problemler yerine tek değişkenli alt problemleri optimum kılacak olmamızdır. Dinamik programlamada hesaplamalar yinelenerek yapılmaktadır. Bu yönüyle bir alt problemin optimum çözümü bir sonraki alt problemin girdisidir. Son alt problemi çözdüğümüzde, problemin tamamının optimum çözümüne ulaşmış oluruz (Taha, 2007: 403).

3. VBA UYGULAMASI

Dinamik programlama ile geliştirilen VBA uygulamasında iki düğüm arasındaki en kısa yol hızlı bir şekilde bulunabilmektedir.

Uygulamada düğümler arası bağlantılar ve mesafeler MS Excel'e girilip makroyu çalıştırıp sonuçları almak için butona. VBA uygulamasında sonuçlar verilerin altında yer alacak şekilde ayarlandı.

Program kodlarında temel olarak iki döngü kullanıldı. İlk döngü verileri baştan sona kadar kontrol edilip işlemlerin bitip bitmediğine bakmak için kullanıldı. İkinci döngü ise her bir düğümün hangi düğüme bağlandığı ve ne tür bir işlem yapılacağına (bir satırı kopyalama ya da o satır için işlemi durdurma gibi) karar vermek için kullanıldı.

Algoritmada konum değişkeni o anda bulunulan düğümün konumuna işaret ediyor. Bu konumu i değişkeni ile ilişkilendirdik. İ = 4 için MS Excel tablosunda ilk düğüm, i=5 için 2.düğüm gibi bir ilişki bulunuyor. Diğer bir deyişle i değişkeni bir düğümün bağlı olduğu diğer bir düğümü gösteren verilerin bulunduğu satırlara işaret ediyor. baslangicNoktasi değişkeni ise gerektiğinde verilerin başlangıcı olan i = 4 değişkenine dönmek için kullanılıyor. J değişkeni ise MS Excel'de sütuna tekabül ediyor. Sonuçlar kısmında rotayı yazarken düğümden düğüme geçişler yan yana hücrelerde yazılarak gösteriliyor. Bunun için de her yeni düğüme geçişte j değerini bir artırıyoruz. Böylece örneğin A'dan B'ye geçişi ve da B'den C'ye geçişi göstermek için j değerini bir artırıp C değerini B'nin sağına gelecek şekilde yazılmasını sağlıyoruz. Benzer şekilde C'den D'ye geçişi göstermek için de yine j değerini bir artırıp D değerini C'nin yazılı olduğu hücrenin sağına yazıyoruz.

Bir düğümden başka düğüme alternatif birden çok yol varsa MS Excel'de bulunulan rotanın kopyasını yeni bir satır olarak eklenip alternatif rota belirleniyor. Eğer başlangıç düğümünden konum değişkeninin işaret ettiği düğüme kadar birden çok alternatif rota varsa en kısa olan rota seçilip diğer rotalarla ilgili işlemler durdurulur ve en sol hücreye rotanın iptal olduğunu görsel olarak göstermek için iptal kelimesi yazdırılır. Böylece işlem sayısını azaltılmış olur. Bütün veriler bitene kadar (ilk döngü bitene kadar) bu işlemlere devam edilir ve program sonunda en kısa yolu bulunmuş olur. İşlemler bittiğinde sonuçlar verilerin altında yer alacak şekilde sonuçlar adı altında listelenir.

3.1. En Kısa Yol Problemlerinin Dinamik Programlama Algoritması

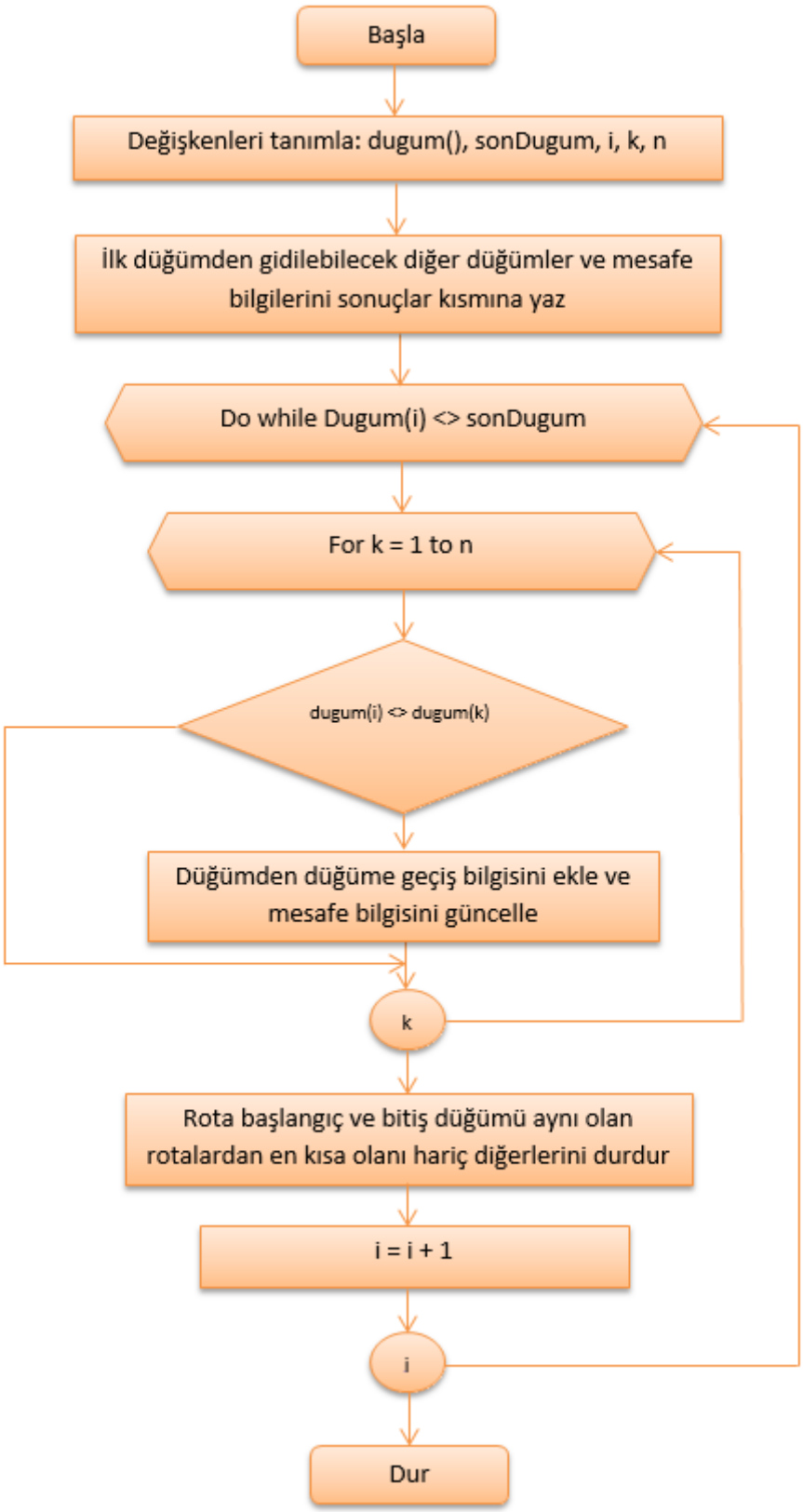
En Kısa Yol Problemlerinin Dinamik Programlama Algoritması aşağıdaki gibidir.

1. Başla
2. Değişkenleri tanımla: dugum(i), sonDugum, mesafe, i, k, n (sonDugum rotanın bittiği düğümü gösteriyor. mesafe bilgisi rotadaki toplam mesafeyi gösteriyor. i değeri ilk döngünün değişkeni ve k değeri ikinci döngünün değişkenini gösteriyor. n düğümden düğüme geçiş sayısını gösteriyor)
3. İlk düğümden
4. Do while dugum(i) <> sonDugum
5. for k =1 to n
6. Eğer dugum(i) <> dugum(k) ise adım 8'e git
7. Düğümden düğüme geçiş bilgisini MS Excel'de sonuç kısmına ekleyip mesafe bilgisini güncelle (önceki mesafe bilgisi üzerine ilave et)
8. Next k
9. Belirli bir düğüme kadar olan rotalar içerisinde başlangıç ve bitişi aynı olan rotalardan en kısa olanını seç ve diğer rotaları işlemden çıkar.
10. i = i + 1
11. loop i
12. Dur

3.2. En Kısa Yol Probleminin Dinamik Programlama Yöntemiyle Çözülmesine İlişkin Akış Çizgesi

En kısa yol probleminin dinamik programlama yöntemiyle çözülmesine ilişkin akış çizgesi Şekil 1'deki gibidir. Akış çizgesinde VBA ile geliştirilen programın ana hatları belirtilmiştir. Başla'dan sonra değişkenler tanımlanır. Değişkenlerden sonDugum problemdeki son düğümü gösterir. mesafe değişkeni ise çözümlerdeki toplam mesafeyi gösterir. i değişkeni döngüde kullanılan değişkendir. sonDugum'ün bulunduğu indeks numarası ile i değişkeni aynı ise yani son düğüme gelindi ise döngü sonlanır. k değişkeni ise ikinci döngüde kullanılır. Bu döngünün amacı o anda bulunulan düğümün hangi düğümlere bağlandığını belirlemektir. Bunun için programın başında girilen düğüm bilgilerinin bulunduğu listeye bakılır. Eğer o an bulunulan düğüm listedeki ile aynı ise akış şemasında belirtilen işlemler yapılır. Değil ise de herhangi bir işlem yapılmadan döngüye devam edilir. İkinci döngü bittikten sonra bulunan ara sonuçlara bakılır. Ara sonuçlardan başlangıç ve bitiş düğümü aynı olanlar belirlenir. Belirlenen sonuçlardan en kısa olanı seçilir. Diğer sonuçlar devam eden aşamalarda işleme sokulmaz. İlk döngü de bittikten sonra program sona erer.

Şekil 1: En Kısa Yol Probleminin Dinamik Programlama ile Çözümü için Akış Çizgesi



4.SONUÇ

Dinamik Programlama 1920' den bu yana önemini arttırarak gelişmiştir. Dinamik programlama, yöneylem araştırmasında kullanılan optimizasyon yöntemlerinden birisidir. Bu çalışmada optimizasyon tekniklerinden olan dinamik programlamanın MS Excel VBA ile en kısa yol problemlerinin nasıl çözüleceği açıklanmıştır. Geliştirilen uygulama sayesinde en kısa yol problemleri içeren gerçek hayat problemleri MS Excel'de dinamik programlama ile çözme olanağı sağlanmıştır.

KAYNAKÇA

Bellman, E., "On a Routing Problem", Appl. Math., Vol 16, 87–90, 1958.

Dener Murat, Akcayol M. Ali, Toklu Sinan, Bay Ömer Faruk, (2011). "Zamana Bağlı Dinamik En Kısa Yol Problemi İçin Genetik Algoritma Tabanlı Yeni Bir Algoritma" , Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi, Cilt 26, No 4, 915-928.

Dijkstra, E.W., "A Note on Two Problems in Connection with Graphs", Numer. Math. 1, Vol 1, 269–271, 1959.

Dreyfus, S., "An Appraisal of Some Shortest Path Algorithms", Oper. Res., Vol 17, No 3, 395–412, 1969.

Sezen H.K.(2007), Yöneylem Araştırmasına Giriş, Ekin Kitabevi, Bursa.

Taha Hamdy A., (2007). Yöneylem Araştırması, (Çev. Baray Ş.Alp ve Esnaf Şakir),

Winston Wayne L., (1994). Operation Research Applications And Algorithms, 3. Baskı, Thomson Publishing, USA, , s. 1010

Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Bölümlerinden Memnuniyetleri Üzerinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi: Aşkale MYO Örneği

Öğr. Gör. Ayhan KORKULU[1] **Prof. Dr. Yusuf AKAN [2]**

Dr. Öğr. Üyesi Abdulkadir ALBEZ [3]

[1]Atatürk Üniversitesi / Aşkale MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, e-mail: ayhan.korkulu@atauni.edu.tr

[2]Atatürk Üniversitesi / İİBF Fakültesi, İktisat Bölümü, e-mail: yusuf.akan@atauni.edu.tr

[3]Atatürk Üniversitesi / Aşkale MYO, Muhasebe ve Vergi Bölümü, e-mail: aalbez@atauni.edu.tr

Özet: Günümüzde üniversiteler sosyal, kültürel ve ekonomik alanlar başta olmak üzere birçok alanda bulundukları yerlere fayda sağlamaktadır. Bu nedenle öğrencilerin bulundukları il/ilçe ve okudukları bölümlerinden memnun olmaları varsa memnuniyetsizlik sebeplerinin belirlenmesi oldukça önemlidir.

Bu çalışmada sadece, Atatürk Üniversitesi Aşkale Meslek Yüksekokulu'nda okuyan öğrencilerin okudukları bölümlerden memnuniyetleri üzerinde etkili olabilecek faktörler (demografik faktörler, okulun fiziksel yeterliliği, akademisyenler vb.) belirlenmeye çalışılmıştır. Okulun bulunduğu il/ilçe özelliklerinin bölüm memnuniyeti üzerinde etkisi irdelenmemiştir. Çalışmanın bağımlı değişkeni, öğrencilerin memnuniyet durumunu ortaya koyacak "hiç memnun değilim, memnun değilim, kararsızım, memnunum, çok memnunum" gibi ordinal ölçekle ölçülmüş değişkendir. Buna karşılık nominal ve ordinal ölçeklerle ölçülmüş çok sayıda bağımsız değişken bulunmaktadır. Bağımlı değişkenin kategorik veriler olması durumunda bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki sebep-sonuç ilişkisini incelerken lojistik regresyon analizi kullanabiliriz. Bağımlı değişken ikiden fazla kategorik veri olduğunda ve aralarında bir sıralama bulunduğundan sıralı (ordinal) lojistik regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda %5 önem seviyesinde öğrencilerin sınıfları, başarı durumu, kaldıkları yer, bölümü araştırarak tercih edip etmeme durumu, iş olanaklarının fazla olması düşüncesi, sınıfta kendini ifade edebilmesi, ailedeki öğrenci sayısının bölüm memnuniyeti üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Atatürk Üniversitesi, Lojistik Regresyon, Öğrenci Memnuniyeti

Abstract: Nowadays, universities benefit many places where they live, especially social, cultural and economic areas. For this reason, it is very important for the students to determine the reasons of if they are satisfied with the province / district and the sections they read.

In this study, it was tried not only to determine the factors (demographic factors, physical competence of the school, academicians etc.) that could affect the satisfaction of the students who read Ataturk University Aşkale Vocational School. The effect of the provincial / district characteristics of the school on the department satisfaction was not examined. The dependent variable of the study is the ordinal scale measured variable such as "I am not satisfied at all, I am not satisfied, I am not satisfied, I am satisfied, I am very satisfied" which will reveal the satisfaction of the students. In contrast, there are a large number of independent variables measured by nominal and ordinal scales. If the dependent variable is categorical, we can use logistic regression analysis to examine the cause-and-effect relationship between the independent variable and the dependent variable. Ordinal logistic regression analysis was performed when the dependent variable had more than one categorical data and there was a ranking between them. As a result of the analysis, it was determined that at the 5% significance level, students were able to express by class, success status, place where they stayed, whether they preferred to search for the department, think more business opportunities, it is meaningful.

Key Words: Ataturk University, Logistics Regression , Student Satisfaction

1. GİRİŞ

Üniversiteler bulundukları yerlerin sosyal ve kültürel değerlerine katkı sağlamanın yanı sıra ekonomik bakımdan gelişmesine de yardımcı olmaktadır. Üniversiteler ekonomik büyümenin önemli kaynaklarından biri olan ve üretime katılan işgücünün sahip olduğu ve genel anlamda insanın niteliğini vurgulayan bilgi, beceri, tecrübe ve dinamizm gibi pozitif değerler olarak tanımlanan beşeri sermaye stokunu artıran en önemli yerlerdir.

Eğitim, işgücünün nitelikli hale getirilmesinde rol oynayan en önemli unsurlardan birisidir. Bu nedenle, beşeri sermayeyi inceleyen birçok çalışma genellikle eğitim üzerine odaklanmakta ve söz konusu çalışmalarda eğitim ile beşeri sermaye kavramları eş anlı olarak kullanılmaktadır (Atik, 2006: 20). Ayrıca beşeri sermaye ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen Çakmak ve Gümüş (2005), Koç (2013), Kahiloğulları (2010), Yaylalı ve Lebe (2011) çalışmalarda beşeri sermaye ile ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişkinin varlığa

işaret etmişlerdir. Özşahin ve Karaçor (2013) tarafından yapılan bir çalışmada yükseköğrenim kayıtları ve ekonomik büyümenin birbirlerini pozitif yönde etkileyen değişkenler olduğu tespit edilmiştir.

Yök (2007), Yükseköğretim kurumlarının, özellikle de üniversitelerin çok değişik türde kamu hizmeti sunduğu söylenebilir. Üniversitelerin kamuya sunduğu ya da sunması gereken kamu hizmetleri beş grup içinde sınıflandırılabilir. Bunlardan birincisi eğitim hizmetidir. İkincisi, özellikle üniversite hastanelerinin verdikleri sağlık hizmetleridir. Üçüncüsü, sanayinin ve ülke savunmasının gereksinmesini duyduğu yeniliklerin (innovasyon) geliştirilmesi ve projelerin yapılması biçiminde sunulan kamusal hizmetler, dördüncüsü güçsüz kesimlerinin toplumdaki haklarının savunulması ve beşincisi özelikle geri kalmış bölgelerde yerel kalkınmaya yol göstermesi ve onun etkili bir aktörü olması beklenmektedir.

Üniversitelerin yukarıda sıralan faydalarına bakıldığında öğrencilerin bulundukları il/ilçe ve üniversiteden memnuniyet düzeylerinin belirlenerek memnuniyetsizlik sebeplerinin ortadan kaldırılması ya da azaltılması il/ilçenin ekonomik, kültürel, sağlık, güvenlik ve sosyal açıdan gelişmesine katkı sağlayacak ve gelecek dönemler itibariyle öğrenci potansiyeli artarak gelişen, değişen ve daha fazla tercih edilen üniversite profiline kavuşacaktır. Bu çalışmada Atatürk Üniversitesi Aşkale Meslek Yüksekokulu'nda okuyan öğrencilerin okudukları bölümlerden memnuniyetleri üzerinde etkili olabilecek faktörler (demografik faktörler, okulun fiziksel yeterliliği, akademisyenler vb.) belirlenmeye çalışılmıştır.

2. LİTERATÜR

Çalışmanın bu bölümünde öğrencilerin bölümlerinden, aldıkları eğitimden vb. konulardaki memnuniyetleri üzerinde etkili olabilecek faktörleri belirlemek amacıyla yapılan bazı akademik çalışmalara yer verilmiştir.

Erdoğan ve Bulut (2015) tarafından yapılan bir çalışmada, Ondokuz Mayıs Üniversitesi İşletme Bölümündeki öğrencilerin eğitim ve eğitim ortamı hakkında memnuniyetlerine etki eden faktörler tespit edilmeye çalışılmıştır. Veriler 215 öğrenci üzerinden yüz yüze yapılan bir anketle toplanmıştır. Memnuniyet üzerindeki etkili olan faktörleri tespit etmek amacıyla sıralı (ordinal) regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, eğitim ve öğretim kaynakları (akademik personel niteliğinde beklenen düzey, programların eğitim hedefleri, programların kapsamı ve nitelikleri, programların anlaşılabilir ligi ve hedeflerinin açıklığı, programların bütünlüğünün ve devamlılığı, öğretim elemanı, ders notları vb.), destek hizmetleri (öğrenci bilim, kültür ve sanat toplulukları, Staj destek hizmetleri, Kütüphane ve Dokümantasyon işleri ilgili hizmetleri), fiziksel olanaklar (bilgi teknolojileri ve kaynakları bilgisayar, internet, iletişim, kitap, yayın) ve ilişkilerin (öğrenciler ile ilişkiler, yönetici yaklaşımları yönetim tarzı, tanıma ve takdir, insan ilişkileri, yetki paylaşımı vb.) memnuniyet üzerinde pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca 1.2.3 sınıfta okuyan öğrencilerin 4.sınıfta okuyan öğrencilere göre daha memnun oldukları belirlenmiş ve cinsiyet ile memnuniyet arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır.

Aydın vd. (2014) yaptıkları araştırma ile öğrencilerin memnuniyet düzeyleri ile demografik özellikleri arasında ilişki incelenmiştir. Veriler 973 meslek yüksekokulu öğrencisine yapılan bir anket ile toplanmıştır. Doğrusal olmayan kanonik korelasyon analizi yapılarak öğrenci memnuniyeti üzerindeki etkinin en önemli sebebi fiziksel olanaklar olduğu tespit edilmiştir. 2.sınıf öğrencilerinin, büyükşehirde büyümüş olanların ve 0-1 arasında kardeşe sahip olanların fiziksel olanaklardan daha fazla memnun olduğu ifade edilmiştir.

Aksu (2016) tarafından yapılan araştırmada, eğitim fakültesi öğrencilerinin aldıkları eğitim hizmetlerinden memnuniyetleri düzeyleri araştırılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın örneklemi Giresun Üniversitesi, Eğitim Fakültesi'nde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Katılımcılar, eğitim fakültesi, sınıf, fen bilgisi, Türkçe, okul öncesi, sosyal bilgiler, PDR bölümü son sınıf öğrencileri, sonradan açılan matematik öğretmenliğinin 2. sınıf öğrencileridir. 140 öğrenciye açık uçlu sorular yöneltilmiş ancak eksik olanlar çıkarılarak 125 öğrencinin cevapları analize dâhil edilmiştir. Yapılan içerik analiz sonucunda bazı öğrencilerin memleketleri olma sebebiyle memnun oldukları bazı öğrencilerin ise küçük şehir olması sebebiyle sosyal olanakların yetersizliğinden şikâyet etmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin yaklaşık %60'ı öğrenim gördüğü bölümün iş istihdamını yeterli bulduklarını, yaklaşık %40 ise yeterli bulmadıklarını belirtmiştir. Eğitim fakültesi öğrencilerinin öğretmenlik mesleğinin kendilerine uygun bir iş olarak görmektedir. Öğrencilerin % 76.8'lik kısmı bölüme kendi istekleri doğrultusunda geldiklerini 23.2'lik kısmı öğretmen yönlendirmesi, bölümün iş olanaklarının çekiciliği gibi faktörlerden etkilendikleri ifade etmişlerdir. Sonuç olarak eğitim fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin çoğunluğu bölge ve şehirden memnun olduklarını tespit edilmiştir.

Çelikkol vd. (2016), tarafından yapılan çalışmada, Dumlupınar Üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin memnuniyet düzeyleri üzerinde etkili olan faktörler belirlenmeye çalışılmıştır. Veriler Dumlupınar Üniversitesinin farklı bölümlerinden öğrenim gören 2.300 öğrenciye 49 sorudan oluşan memnuniyet anketi yapılarak elde edilmiştir. Veriler "İkili Lojistik Regresyon Analizi" ile değerlendirilmiştir. Bağımlı değişken "Öğrenim gördüğünüz Enstitü / Fakülte / Yüksekokul / Meslek Yüksekokulu'ndan genel anlamda memnun musunuz?" sorusu, diğer 48 soru ise "bağımsız değişken" olarak ele alınmıştır. Analiz sonucunda öğrenim görülen akademik birim (Enstitü/Fakülte/YO/MYO), tercih öncesi araştırma yapılıp yapılmadığı, il/ilçe yerel yöneticilerinin tutum, davranış ve yaklaşımları, verilen eğitimin kalitesi, üniversitenin sunmuş olduğu sosyal, kültürel ve sportif olanaklar ile üniversite öğrencisi olmak ile ilgili beklentilerin geçekleşip gerçekleşmediği değişkenleri, öğrencilerin memnuniyeti üzerinde en etkili faktörler olarak ortaya çıkmıştır.

Bakır vd. (2016) yaptıkları çalışmalarında, Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi öğrencilerinin fakülte memnuniyet seviyesinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Veriler yüz yüze anket yöntemi ile toplanmış ve toplam 748 kullanılabilir anket elde edilmiştir. Araştırma sonucunda öğrencilerin en çok memnun oldukları üç unsurun sırasıyla "fakültede yürütülen derslerin belirtilen ders saatleri içinde işleniyor olması", "fakültede yer alan derslerin düzenli bir şekilde yürütüldüğü" ve "fakültenin akademik kadro kalitesi" olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin fakülteyle ilgili memnuniyetlerine etki eden unsurların, "sosyal ve kültürel aktiviteler", "yiyecek ve içecek hizmetleri", "akademik kadro", "fiziksel ekipmanlar ve altyapı", "dersler ve güvenlik", "fakülte yönetimi", "temizlik", "lokasyon" ve "web sitesi" gibi unsurlardan oluştuğu belirlenmiştir.

3. METERYAL METOT

Araştırmada kullanılacak veri seti, 2018 bahar döneminde Erzurum Atatürk Üniversitesi Aşkale Meslek Yüksekokulu öğrencilerine yüz yüze anket yapılarak elde edilmiştir. Anket uygulanan dönemde MYO'da 616 kayıtlı öğrenciden yalnızca 246'sı ders kaydı yapmıştır. Ders kaydı yapan öğrencilerin bazıları çeşitli sebeplerle okula devam etmediğinden örneklem büyüklüğünün 180 öğrenci üzerinden hesaplanmıştır. Örnek kütlenin büyüklüğünün belirlenmesi için;

$$n = \frac{\mathrm{NPQ}Z^2}{(N-1)d^2 + \mathrm{PQ}Z^2}$$

biçimindeki oran için örnek büyüklüğü tahmin eden formülden yararlanılmıştır(Oktay vd. 2016). Bu formüldeki n= Örnek kütle büyüklüğü, N= Anakütle hacmi (Atatürk Üniversitesi Akademik Personel), P = Mobil bankacılık kullanım oranı, Q = Mobil bankacılık kullanmama oranı (1-P), Z = %(1-α) düzeyinde Z test değeri, α= Önem düzeyi, d = Hata payıdır.

Büyük örnekle çalışmak için mobil bankacılık kullananların ve kullanmayanların oranı 0.5 olarak alınmış, %5 önem düzeyinde, %5 hata payı ile ana kütleyi temsil edecek örnek büyüklüğü,

$$n = \frac{180(0.5)(0.5)(1.96)^2}{(180-1)0.05^2 + (0.5)(0.5)(1.96)^2} \cong 122$$

olarak hesaplanmıştır.

Araştırmada hedeflenen minimum örnek büyüklüğü 122'dir. Ancak eksik ve hatalı doldurulmuş anketlerin olabileceği düşünülerek 140 ankette uygulama yapılmıştır. Anket uygulaması yapıldıktan sonra hatalı olanlar ayıklanmış ve geriye 127 anketle analiz yapılmıştır.

Çalışmadaki bağımlı değişkenimiz, Aşkale MYO öğrencilerinin bölümlerinden duydukları memnuniyet durumudur. Bu değişken ordinal ölçeklidir ve bağımlı değişken ile ilişkili olabileceği düşünülen çok sayıda bağımsız değişken mevcuttur. Bu bağımsız değişkenlerin bazıları nominal ölçekle ile bazıları da ordinal ölçekle ölçülmüştür.

Elde edilen veriler, iki ya da daha fazla kategoriye sahip kategorik çıktıları açıklamada sıklıkla kullanılan lojistik regresyon analizi ile tahmin edilecektir. Lojistik Regresyon Analizi, bağımlı değişkenin kategorik olduğu durumlarda değişkenler arasındaki ilişkinin açıklanmasında kullanılan diğer yöntemlere tercih edilmektedir. Bunun en önemli sebebi bağımsız değişkenlerin çok değişkenli normal dağılıma uygun olması ve sahip olduğu bilinen grupların varyans kovaryanslarının homojen (eşit) olması gibi önemli varsayımlara ihtiyaç duymadan kullanılabilmesi olmaktadır (Akın ve Şentürk, 2012).

Böylece iki değişkenli lojistik regresyon modeli,

$$P(Y) = \frac{\exp(\beta_0 + \beta_1 X)}{1 + \exp(\beta_0 + \beta_1 X)} = \frac{1}{1 + \exp(-\beta_0 - \beta_1 X)}$$

Şeklinde yazılır. Lojistik regresyon modelindeki katsayılar,

$$\ln\left(\frac{P(Y)}{Q(Y)}\right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \ldots + \beta_p X_p$$

ve

$$\frac{P(Y)}{Q(Y)} = e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \ldots + \beta_p X_p} = e^{\beta_0} e^{\beta_1 X_1} e^{\beta_2 X_2} \ldots e^{\beta_p X_p}$$

şeklinde hesaplanır. Burada

$$Q(Y) = 1 - P(Y)$$

şeklinde hesaplanır. Olasılık oranının OR= P(Y) / Q(Y) şeklinde hesaplandığı hatırlanacak olursa, her bir parametrenin exp(β) değerleri olasılık oranları olarak ele alınırlar. Böylece exp(βp), Y değişkeninin Xp değişkeninin etkisi ile kaç kat daha fazla ya da yüzde kaç oranda fazla gözlenme olasılığına sahip olduğunu belirtir (Özdamar,1999, akt. Oktay vd. 2007:15).

Lojistik Regresyon Analizi bağımlı değişkenin niteliğine göre Binary (İkili) Lojistik Regresyon, Multinomial (İsimsel) Lojistik Regresyon ve Ordinal (Sıralı) Lojistik Regresyon olmak üzere 3 farklı grupta incelenebilir.

Binary (İkili) Lojistik Regresyon Analizi: Sosyal bilimlerde özellikle sosyo-ekonomik araştırmalarda, incelenen değişkenlerin bazıları hassas ölçekle ölçülmekle beraber, bazıları da olumlu olumsuz, başarılı-başarısız, evet-hayır gibi iki şıklı verilerden oluşmaktadır. İki şıklı veriler, kategorik verilerin en yaygın olarak kullanılan şeklidir. Bağımlı değişkenin iki şıklı kategorik veriler olması durumunda bağımsız değişkenle (veya değişkenlerle) bağımlı değişken arasındaki sebep-sonuç ilişkisini incelerken lojistik regresyon analizi kullanılır (Agresti, 1996, akt. Oktay vd. 2007:14).

Multinominal (İsimsel) Lojistik Regresyon Analizi: Bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki neden sonuç ilişkisini belirlemeye çalışır. Cevap değişkeni, en az üç kategorili olmalıdır. Örneğin, öğretim üyeleri, öğrenciler, öğretim görevlileri, memurlar vb. gibi isimsel olarak belirlenebilir. Kategorilerin sıralı olması gerekmez (Karagöz, 2016).

Ordinal (Sıralı) Lojistik Regresyon Analizi: Bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki neden sonuç ilişkisini belirlemeye çalışır. Cevap değişkeni, en az üç kategorik olmak üzere sıralı ölçekli verilerde kullanılan bir yöntemdir. Örneğin, hastalığı şiddeti; hafif<orta<ağır, yanık dereceleri; birinci dereceden yanık< ikinci dereceden yanık< üçüncü dereceden yanık, bir olaya katılıp katılmamanın sıralanması ise; hiç katılmıyorum< katılmıyorum<katılıyorum<kesinlikle katılıyorum biçiminde sıralanabilir. Sıralama büyükten küçüğe, az olandan çok olana doğru yapılmalıdır. Sıralamadaki artışa göre verilecek puan da artış göstermelidir (Karagöz, 2016).

Çalışmamızda bağımlı değişken "bölümünüzden memnun musunuz?" değişkenidir. Bu değişken "hiç memnun değilim <memnun değilim<kararsızım<memnunum<çok memnunum" biçiminde sıralanan değişken olduğundan sıralı lojistik regresyon analizi yapılmıştır.

Sıralı regresyon bağımlı değişkenin normal dağılım gösterdiği varsayılmadığı veya eşit aralıklı ölçekte bir veri gibi düşünülemediği durumlarda bağımsız değişkenlerin sayma sıralı bağımlı değişken üzerindeki etkisini analizde en uygun ve pratik bir metottur (Lawson & Montgomery, 2006, akt. Erdoğan ve Bulut, 2015). Lojistik Regresyon Analizinin bu çeşidinde paralellik varsayımı mevcuttur. Bu varsayım gereği parametresi farklı kategoriler ve farklı kesme noktaları için değişiklik göstermez ve dolayısıyla burada modeller arasındaki paralellik sınamasına gidilir (Akın ve Şentürk, 2012).

4. DEĞİŞKENLERİN FREKANS ANALİZİ

Bağımlı değişken bölüm memnuniyeti ve bağımsız değişkenler; cinsiyet, yaş, sınıf, agno, medeni hal, kaldığı yer, ikamet yerleşim birimi, hayattan memuniyet durumu, iş olanaklarının fazla olması sebebiyle bölümü tercih edenler, açıkta kalmamak için tercih edenler, sınıfta görüşlerinin rahatlıkla ifade edenler, derslerin açık ve anlaşılır bir şekilde işlendiğini düşünenler, akademisyenlerin derse katılımı teşvik eder fikrine katılanlar, ailedeki öğrenci sayısı, burs alma durumu ve bölümü bilerek isteyerek tercih edenler değişkenlerinin frekans analizi Tablo1 'deki gibidir.

Tablo 1: Değişkenlere Ait Frekans Analizi

Değişkenler	Sayı	Yüzde	Elinize geçen aylık para miktarı	Sayı	Yüzde
Bölüm Memnuniyeti			0-300 TL arası	30	23,6
Hiç Memnun Değilim	11	8,7	301 ve 600 TL arası	69	54,3
Memnun Değilim	11	8,7	601 TL ve daha fazla	28	22,0
Kararsızım	21	16,5	Toplam	127	100,0
Memnunum	71	55,9	**İş Olanaklarının fazla Olduğu İçin**		
Çok Memnunum	13	10,2	Hiç Etkili Olmadı	7	5,5
Total	127	100	Etkili Olmadı	18	14,2
Cinsiyet			Kararsızım	25	19,7
Kadın	73	57,5	Etkili Oldu	59	46,5
Erkek	54	42,5	Çok Etkili Oldu	18	14,2
Toplam	127	100,0	Toplam	127	100,0
Yaş			**Açıkta Kalmamak İçin Tercih Ettim**		
18 ve daha az	7	5,5	Hiç Etkili Olmadı	23	18,1
19-22 arası	105	82,7	Etkili Olmadı	21	16,5
23-25 arası	11	8,7	Kararsızım	19	15,0
26 ve daha fazla	4	3,1	Etkili Oldu	43	33,9
Toplam	127	100,0	Çok Etkili Oldu	21	16,5
Sınıfı			Toplam	127	100,0
1.Sınıf	56	44,1	**Sınıfta Görülerimi Rahatlıkla Dile Getirebiliyorum**		
2.Sınıf	71	55,9	Hiç Katılmıyorum	4	3,1
Toplam	127	100,0	Katılmıyorum	5	3,9
Agno			Kararsızım	22	17,3
Başarısız	50	39,4	Katılıyorum	58	45,7
Başarılı	77	60,6	Kesinlikle Katılıyorum	38	29,9
Toplam	127	100	Toplam	127	100,0
Medeni hal			**Dersler Açık ve Anlaşılır**		
Evli	6	4,7	Hiç Katılmıyorum	7	5,5
Bekar	121	95,3	Katılmıyorum	10	7,9
Total	127	100	Kararsızım	23	18,1
Kaldığınız Yer			Katılıyorum	62	48,8
Devlet Yurdu	47	37,0	Kesinlikle Katılıyorum	25	19,7
Özel Yurt	7	5,5	Toplam	127	100,0
Evde Ailemle	34	26,8	**Akademisyenler Derse Katılımı T.Eder**		
Evde Arkadaşla	33	26,0	Hiç Katılmıyorum	3	2,4
Evde Tek Başıma	2	1,6	Katılmıyorum	8	6,3
Akraba Yanı	4	3,1	Kararsızım	11	8,7
Toplam	127	100,0	Katılıyorum	70	55,1
İkamet Yerleşim Birimi			Kesinlikle Katılıyorum	35	27,6
İlçe Merkezi	59	46,5	Toplam	127	100,0
Belde	3	2,4	**Ailedeki Öğrenci Sayısı**		
Köy	30	23,6	1 öğrenci	24	18,9
İl Merkezi	35	27,6	2 öğrenci	41	32,3
Toplam	127	100,0	3 öğrenci	31	24,4
Hayattan Memnuniyet Durumu			4 öğrenci	16	12,6
Hiç Memnun Değilim	17	13,4	5 ve +	15	11,8
Memnun Değilim	16	12,6	Toplam	127	100,0
Kararsızım	24	18,9	**Burs alma durumu**		
Memnunum	61	48,0	Evet	29	22,8
Çok Memnunum	9	7,1	Hayır	98	77,2
Toplam	127	100,0	Toplam	127	100
			İsteyerek tercih etme durumu		
			Evet	85	66,9
			Hayır	42	33,1
			Total	127	100,0

Tablo 1'e bakıldığında öğrencilerin %17,4'ü bölümlerinden memnun olmadığını, %16,5'i kararsız olduğunu ve %66,1'i ise bölümlerinden memnun olduğu görülmektedir. Ankete katılanların %57,5'i kadın, %42,5'i ise erkektir. Ankete katılan 127 öğrencinin %5,5'i 18 ve daha az yaşta iken, %82,7'si 19-22 yaş arasında, %8,7'si 23-25 yaş arasında ve %3,1'i ise 26 ve daha fazla yaşa sahiptir.

Ankete katılanların %44,1'i 1.sınıf öğrencisi iken %55,9'u 2.sınıf öğrencisidir. Öğrencilerin %39,4'ünün ağırlıklı başarı notu 2'nin altında iken, %60,4'ü 2'nin üzerindedir127 öğrencinin %4,7'si evli iken, %95,3'ü bekârdır. Kaldıkları yere bakıldığında %37'si devlet yurdunda, %5,5'i özel yurtta, %26,8'i evde ailesi ile %26'sı evde arkadaşıyla, %1,6'sı evde tek ve %3,1'ide akraba yanında kaldıkları gözükmektedir. Ailelerinin ikamet yerleşim birimleri incelendiğinde %46,5'i ilçe merkezlerinde, %2,4'ü beldede %23,6'sı köyde ve %27,6'sı ise il merkezinde yaşamaktadır.

Öğrenciler %26'sı yaşadıkları hayattan memnun olmadığını, %18,9'u kararsız olduğunu ve %55,1'i ise hayattan memnun olduğunu ifade etmişlerdir. Öğrencilerin %23,6'sının aylık eline geçen para miktarı 0-300 TL arasında olduğu, %54,3'ünün 301-600 TL arasında olduğu ve %22'sinin ise 601 TL ve daha fazla aylık eline para geçtiği görülmektedir.

Tablo 1'e bakıldığında öğrencilerin %19,7'si iş imkanlarının fazla olduğu düşüncesinin bölüm tercihi üzerinde etkisinin olmadığını, %19,7'si kararsız olduğu ve % 60,6'sı ise etkili olduğu gözükmektedir. 127 öğrencinin %34,6'sı açıkta kalmamak için bölümü tercih ettiği fikrine katılmamakta iken %15'i kararsız ve % 50,4'ü açıkta kalmamak için bölümü tercih etmiştir. Öğrencilerin % 7,1'i sınıfta görüş ve düşüncelerini rahatlıkla ifade ettiği fikrine katılmamakta iken %17,3'ü kararsız ve %75,6'sı ise katılmaktadır. Öğrencilerin %13,4'ü derslerin açık ve anlaşılır bir şekilde işlenmediğini %18,1'i bu konuda kararsız olduğunu ve % 68,5'i ise derslerin açık ve anlaşılır bir şekilde işlendiğini ifade etmişlerdir. Öğrencilerin %8,7'si akademisyenlerin derse katılımı teşvik etmediğini, %8,7'si kararsız olduğu ve %82,7'si ise akademisyenlerin derse katılımını teşvik ettiği fikrine katılmaktadır. Ailedeki öğrenci sayılarına bakıldığında %18,9'unun ailesindeki öğrenci sayısının 1 olduğu, %32,3'ünün 2 öğrenci olduğu, %24,4'ünün 3 öğrenci olduğu, %12,6'sının 4 öğrenci olduğu ve %11,8'inin ise ailedeki öğrenci sayısı 5 ve daha fazla olduğu görülmektedir. Ankete katılanların %22,8'i burs almakta iken %77,2'si burs almamaktadır. Son olarak öğrencilerin %66,9'u bölümü bilerek isteyerek tercih etmiş %33,1'i ise bölümü araştırmadan bölümü tanımadan tercih ettiği görülmektedir.

5. ORDİNAL LOJİSTİK REGRESYON ANALİZİ

Paralellik Varsayımı: Ordinal Lojistik Regresyon analizinin varsayımlarından biri olan paralel eğriler varsayımı, tahmin edilen regresyon parametrelerinin bağımlı değişkenin tüm kategorilerinde eşit olduğunu varsayar. Yani, bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasındaki ilişki bağımlı değişkenin kategorilerine göre değişiklik göstermez ve parametre tahminleri kesme noktalarına göre değişmez.

Bu varsayımın yerine gelmediği durumlarda; örneğin az sayıda denek içeren kategorilerin bulunması durumunda bunların birleştirilmesi yoluna gidilebilir, ayrıca Binary veya Multinomial Lojistik Regresyon Analizi de varsayıma uyulmadığı durumlar için alternatif olarak düşünülebilir (Sümbüloğlu ve Akdağ, 2007, akt. Akın ve Şentürk, s:185)

Paralellik varsayımı için oluşturulan H0 ve H1 hipotezleri,

H0= Parametre tahminleri aynı kesme noktasından geçer.

H1= Parametre tahminleri farklı kesme noktalarından geçer biçimindedir

Tablo 1.2: Paralellik Varsayımı Testi

Model	-2 Log Likelihood	Kİ-Kare	df	Sig.
Null Hypothesis	226,576			
General	94,806[b]	131,770[c]	147	0,811

Tablo 1.2'de χ^2= 131,770 ve p = 0,811 olarak hesaplanmıştır. Buna göre, 0.05 < 0,811 olduğu için sıfır hipotezi reddedilemez. Bunun anlamı; bağımlı değişken olan memnuniyet kategorilerinin birbirine paralel olduğu; yani parametrelerin her bir kategoride birbirine eşit olduğudur. Bu varsayım sağlandığı için bir sonraki aşamaya geçilebilir.

Modelin Uyum İyiliği: Modelin uyum iyiliği için sıfır hipotezi "Model verilere uyum göstermektedir" ve alternatif hipotez ise " Model verilere uyum göstermemektedir" biçimindedir (Karagöz ,2016).

Tablo 1.3: Modelin Uyum İyiliği Testi

	Ki-Kare	df	Sig.
Pearson	462,299	455	0,396
Deviance	226,576	455	1
Link function: Logit.			

Sapma ve Ki kare değerlerine bakıldığında görüldüğü üzere bu test istatistiklerine ait olasılıklar 0,05'ten büyüktür. Dolayısıyla modelin verilerle uyum içinde olduğunu ifade eden hipotez reddedilemez. Bu da modelin uyum iyiliğinin sağlandığının göstergesidir

Modelin uyum iyiliğini test etmenin başka bir yoluda Pseudo R^2 değerlerinin incelenmesidir. Pseudo R^2 bağımlı değişkenin yüzde kaçının bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını gösterir.

Tablo 1.4: Pseudo R^2 Uyum İyiliği

Cox and Snell	0,539
Nagelkerke	0,585
McFadden	0,303
Link function: Logit.	

Tablo 1.4 incelendiğinde; bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama oranları;

Cox ve Snell R^2 0,54(%54)

Nagelkerke 0,58(%58) ve

McFadden 0,30 (%30) olduğu gözükmektedir.

R^2 değerinin 1 olması, bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişkendeki değişimin tamamını açıkladığı ve modelin mükemmel olduğunun bir göstergesidir. Ancak lojistik regresyon için iyi bir ölçüt olmadığı için analizlerde düşük değerler elde edilmektedir(Karagöz,2016).

Model Parametre Anlamlılıkların Yorumlanması: Yapılan testlerden sonra parametrelerin yorumlanması gerekmektedir.

Tablo 1.5: Paralellik Varsayımını Sağlayan Ordinal Lojistik Regresyon Analiz Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Estimate	Std. Error	OR	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
[Cinsiyet=1]	0,234	0,552		0,18	1	0,671	-0,847	1,315
[Cinsiyet=2]	0[a]	,		,	0	,	,	,
[Yaş=1]	-2,346	1,875		1,565	1	0,211	-6,021	1,33
[Yaş=2]	-1,502	1,507		0,993	1	0,319	-4,456	1,453
[Yaş=3]	0,177	1,676		0,011	1	0,916	-3,109	3,462
[Yaş=4]	0[a]	,		,	0	,	,	,
[Sınıfı=1]	2,109	0,763	8,24	7,628	1	0,006	0,612	3,605
[Sınıfı=2]	0[a]	,		,	0	,	,	,
[Agno=1]	-2,127	0,77	0,12	7,628	1	0,006	-3,637	-0,618
[Agno=2]	0[a]	,		,	0	,	,	,
[BarındığınızYer=1]	0,753	1,241		0,368	1	0,544	-1,679	3,185
[BarındığınızYer=2]	0,753	1,738	2,12	0,357	1	0,043	-1,717	3,223
[BarındığınızYer=3]	0,647	1,239		0,273	1	0,601	-1,781	3,076
[BarındığınızYer=4]	3,522	1,26		4,107	1	0,55	0,116	6,929

[BarındığınızYer=5]	0,299	2,012		0,022	1	0,882	-3,645	4,244
[BarındığınızYer=6]	0[a]	,		,	0	,	,	,
[SınavlımıSınavsızmıı=1]	-0,089	0,827		0,012	1	0,914	-1,709	1,531
[SınavlımıSınavsızmıı=2]	0[a]	,		,	0	,	,	,
[İsteyerekmiSeçtiniz=1]	1,86	0,564	6,42	10,866	1	0,001	0,754	2,966
[İsteyerekmiSeçtiniz=2]	0[a]	,		,	0	,	,	,
[HayatınızdanMemnunmusunuz=1]	-0,946	1,149		0,678	1	0,41	-3,199	1,306
[HayatınızdanMemnunmusunuz=2]	-1,607	1,219		1,739	1	0,187	-3,996	0,782
[HayatınızdanMemnunmusunuz=3]	-1,047	1,107		0,895	1	0,344	-3,216	1,122
[HayatınızdanMemnunmusunuz=4]	-1,644	0,943	0,19	3,043	1	0,081	-3,492	0,203
[HayatınızdanMemnunmusunuz=5]	0[a]	,		,	0	,	,	,
[ElinizeGeçenAylıkOrtalamaParaMiktarı=1]	1,227	0,844		2,113	1	0,146	-0,427	2,882
[ElinizeGeçenAylıkOrtalamaParaMiktarı=2]	0,221	0,632		0,123	1	0,726	-1,017	1,46
[ElinizeGeçenAylıkOrtalamaParaMiktarı=3]	0[a]	,		,	0	,	,	,
[İşolanakalarınındiğerbölümleregöredahafazlaolması=1]	-3,215	1,22	0,04	6,949	1	0,008	-5,606	-0,825
[İşolanakalarınındiğerbölümleregöredahafazlaolması=2]	-0,553	0,977		0,32	1	0,572	-2,468	1,363
[İşolanakalarınındiğerbölümleregöredahafazlaolması=3]	-0,375	0,972		0,149	1	0,7	-2,28	1,53
[İşolanakalarınındiğerbölümleregöredahafazlaolması=4]	-0,862	0,815		1,121	1	0,29	-2,459	0,734
[İşolanakalarınındiğerbölümleregöredahafazlaolması=5]	0[a]	,		,	0	,	,	,

Bağımsız Değişkenler	Estimate	Std. Error	OR	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
[Açıktakalmamak=1]	-0,765	0,9		0,724	1	0,395	-2,528	0,998
[Açıktakalmamak=2]	-1,175	0,869		1,828	1	0,176	-2,879	0,529
[Açıktakalmamak=3]	-0,534	0,85		0,395	1	0,529	-2,2	1,131
[Açıktakalmamak=4]	0,07	0,75		0,009	1	0,926	-1,401	1,54
[Açıktakalmamak=5]	0[a]	,		,	0	,	,	,
[Sınıftagörüşveönerilerimirahatlıkladilegetirebiliyorum=1]	-0,648	1,514		0,183	1	0,669	-3,615	2,319
[Sınıftagörüşveönerilerimirahatlıkladilegetirebiliyorum=2]	-3,822	1,305	0,021	8,57	1	0,003	-6,38	-1,263
[Sınıftagörüşveönerilerimirahatlıkladilegetirebiliyorum=3]	-1,796	0,905	0,16	3,94	1	0,047	-3,569	-0,023
[Sınıftagörüşveönerilerimirahatlıkladilegetirebiliyorum=4]	-1,106	0,77		2,062	1	0,151	-2,616	0,404
[Sınıftagörüşveönerilerimirahatlıkladilegetirebiliyorum=5]	0[a]	,		,	0	,	,	,
[Dersleraçıkveanlaşılırbiçimdeişlenmektedir=1]	1,843	1,342		1,885	1	0,17	-0,788	4,473
[Dersleraçıkveanlaşılırbiçimdeişlenmektedir=2]	1,775	1,149		2,388	1	0,122	-0,476	4,026
[Dersleraçıkveanlaşılırbiçimdeişlenmektedir=3]	2,305	0,893	10,02	6,655	1	0,01	0,554	4,056
[Dersleraçıkveanlaşılırbiçimdeişlenmektedir=4]	2,366	0,787	10,65	9,031	1	0,003	0,823	3,909
[Dersleraçıkveanlaşılırbiçimdeişlenmektedir=5]	0[a]	,		,	0	,	,	,
[Akademisyenleröğrencilerindersekatılmasınıteşvikederler=1]	-1,626	1,812		0,805	1	0,369	-5,178	1,925

[Akademisyenleröğrencilerindersekatılmasınıteşvikederler=2]	-0,27	1,197		0,051	1	0,821	-2,616	2,075
[Akademisyenleröğrencilerindersekatılmasınıteşvikederler=3]	-1,504	0,994		2,289	1	0,13	-3,453	0,444
[Akademisyenleröğrencilerindersekatılmasınıteşvikederler=4]	-1,357	0,756	0,26	3,222	1	0,073	-2,839	0,125
[Akademisyenleröğrencilerindersekatılmasınıteşvikederler=5]	0[a]	,		,	0	,	,	,
[Medenihal=1]	-0,501	1,218		0,169	1	0,681	-2,887	1,886
[Medenihal=2]	0[a]	,		,	0	,	,	,
[AiledekiÖğrenciSayısı=1]	-0,47	0,941		0,249	1	0,618	-2,314	1,375
[AiledekiÖğrenciSayısı=2]	-0,563	0,823		0,467	1	0,494	-2,176	1,051
[AiledekiÖğrenciSayısı=3]	-1,868	0,919	0,15	4,131	1	0,042	-3,67	-0,067
[AiledekiÖğrenciSayısı=4]	0,262	1,063		0,061	1	0,805	-1,821	2,346
[AiledekiÖğrenciSayısı=5]	0[a]	,		,	0	,	,	,
[İkametYerlesimBirimi=1]	-3,102	2,112		2,156	1	0,142	-7,242	1,038
[İkametYerlesimBirimi=2]	-3,652	2,133	0,026	2,93	1	0,087	-7,833	0,53
[İkametYerlesimBirimi=3]	-5,013	2,688	0,006	3,479	1	0,062	-10,281	0,254
[İkametYerlesimBirimi=4]	-3,478	2,099	0,03	2,746	1	0,098	-7,592	0,636
[İkametYerlesimBirimi=5]	0[a]	,		,	0	,	,	,
[BursAlıyorMusunuz=1]	0,219	0,586		0,139	1	0,709	-0,93	1,367
[BursAlıyorMusunuz=2]	0[a]	,		,	0	,	,	,

Yorumlama yapabilmek için bu değişkenlerin olasılık değerlerine bakılır. Olasılık değeri 0,05'ten küçük olan değişkenler istatistiki bakımdan anlamlıdır.

Pozitif katsayıların OR değeri doğrudan yorumlanırken, negatif katsayıların OR değeri doğrudan değil, 1/OR değeri elde edilerek yorumlanır**(Oktay vd, 2016:205).**

- Sınıf değişkenin referans kategorisinin "2.sınıf" kategorisi olduğu görülür. Dolayısıyla anlamlı kategoriler bu kategoriye göre yorumlanmalıdır. Buradan 1.sınıf öğrencilerinin bölümlerinden memnuniyeti 2.sınıftaki öğrencilerinin bölümlerinden memnuniyetinden yaklaşık 8,24 kat daha fazla olduğu gözükmektedir.
- Agno değişkeninin referans kategorisinin "Agno>2 Başarılı" olduğu görülür. Buradan başarısız öğrencilerin bölümlerinden memnuniyeti başarılı öğrencilere göre 8,33 kat daha az olduğu gözükmektedir.
- Kaldıkları yer değişkeni için referans kategorisi "Barınılan Yer-6, Akraba Yanı" olduğu görülür. Buradan özel yurtta kalan öğrencilerin bölüm memnuniyeti akraba yanında kalanlara göre 2,12 kat daha fazla olduğu gözükmektedir. Öğrencilerin diğer kaldıkları yer ile bölüm memnuniyetleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- Bölüm tercihi değişkenin referans kategorisinin "Bölüm tercihi 2- Hayır" kategorisi olduğu görülür. Buradan bölümü bilerek isteyerek tercih eden öğrencilerin bölüm memnuniyeti istemeyerek tercih edenlerden 6,42 kat daha fazla olduğu gözükmektedir.
- "İş Olanaklarının Fazla Olması Sebebiyle Tercih"değişkeninin referans kategorisinin "İş Olanakları D.B. Fazla Olması=5/Çok Etkili Oldu" olduğu görülür. Buradan İş olanaklarının bölüm tercihi üzerinde " Hiç Etkili Olmadı" ifade eden öğrencilerin, " Çok Etkili Oldu" ifade edenlere göre bölüm memnuniyeti 25 kat daha azdır.
- "Sınıfta Düşüncelerimi Rahatlıkla İfade Edebiliyorum" değişkenin referans kategorisi "Sınıfta Düşüncelerimi R.İ. Edebiliyorum=5/ Tamamen Katılıyorum" olduğu görülür. Buradan sınıfta düşüncelerini rahatlıkla ifade edebiliyorum düşüncesine **katılmayanların** bölüm memnuniyeti, tamamen katılıyorum diyen öğrencilere göre yaklaşık 47 kat daha azdır. Sınıfta düşüncelerini rahatlıkla

ifade edip etmeme konusunda kararsız olanların bölüm memnuniyeti, tamamen katılıyorum diyen öğrencilere göre yaklaşık 6,25 kat daha azdır.

- "Derslerin Açık ve Anlaşılır Bir Şekilde İşlenmesi" değişkeninin değişkenin referans kategorisinin "Dersler Açık ve Anlaşılır Ş. İşlenmektedir=5/Tamamen Katılıyorum" kategorisi olduğu görülür. Buradan derslerin açık ve anlaşılır bir şekilde işlendiğine katılan öğrenciler ile açık ve anlaşılır bir şekilde işlenip işlenmediği konusunda kararsız kalan öğrencilerin, tamamen katılıyorum diyenlerden yaklaşık 10 kat daha fazla bölümlerinden memnun olduğu görülmektedir.
- "Ailedeki Öğrenci Sayısı " değişkeninin referans kategorisinin "Ailedeki Öğrenci Sayısı=5/5 ve daha fazla öğrenci" olduğu görülür. Buradan ailedeki öğrenci sayısının 3 olduğunu ifade eden öğrencilerin bölümlerinden memnuniyeti ailelerindeki öğrenci sayısının 5 ve daha fazla olduğunu ifade edenlerden yaklaşık 6,67 kat daha az olduğu görülmektedir.

İki veya daha fazla kategoriye sahip, iki değişken arasında bağımsızlık olup olmadığının, diğer bir değişle ilişki bulunup bulunmadığının incelenmesinde Ki-Kare Bağımsızlık testi kullanılır(Bayram,2013:125)

Tablo 1.6: Ki-Kare Testi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,503[a]	2	,009
Likelihood Ratio	9,349	2	,009
Linear-by-Linear Association	8,452	1	,004
N of Valid Cases	127		
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,27.			

Aşkale Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin bölümlerinden memnuniyeti ile başarı durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır (χ^2 = 9,503; sd = 2; P = 0,009).

Tablo 1.7: Çapraz Tablo Sonuçları

			Bölümden Memnuniyet Durumu			Toplam
			Memnun Değil	Kararsız	Memnun	
Agno	Başarısız	Frekans	15	8	27	50
		Agno İçindeki %'si	30,0	16,0	54,0	100,0
		Bölmden Memnuniyet İ.%'si	68,2	38,1	32,1	39,4
		Toplam İçindeki %'si	11,8	6,3	21,3	39,4
	Başarılı	Frekans	7	13	57	77
		Agno İçindeki %'si	9,1	16,9	74,0	100,0
		Bölmden Memnuniyet İ.%'si	31,8	61,9	67,9	60,6
		Toplam İçindeki %'si	5,5	10,2	44,9	60,6
	Toplam	Frekans	22	21	84	127
		Agno İçindeki %'si	17,3	16,5	66,1	100,0
		Bölümden Memnuniyet İ.%'si	100,0	100,0	100,0	100,0
		Toplam İçindeki %'si	17,3	16,5	66,1	100,0

Başarısız olan öğrencilerin (agno<2) %30'u bölümlerinden memnun değilken, %16'sı kararsız ve %54'ü de memnundur. Başarılı olan öğrencilerin %9,1'i bölümlerinden memnun değilken, %16,9'u kararsız ve **%74'ü** de memnundur.

Okudukları bölümden memnun olmayanların **%68,2'si** başarısızken, %31,8'i de başarılıdır. Okudukları bölümden memnun olup olmama konusunda kararsız olanların %38,1'i başarısızken, %61,9'u da başarılıdır. Okudukları bölümden memnun olanların %28,5'i başarısızken, %71,5'i de başarılıdır.

Başarısız olup bölümünden memnun olmayanlar ankete katılanların **%11,8'i** oluşturmaktadır. Başarısız olup bölümünden memnun olup olmama konusunda kararsız olanlar ankete katılanların %6,3'ünü oluşturmaktadır. Başarısız olup bölümünden memnun olanlar ankete katılanların %21,3'ünü oluşturmaktadır. Başarılı olup okudukları bölümden memnun olmayanlar ankete katılanların %5,5 'ini oluşturmaktadır. Başarılı olup

bölümünden memnun olup olmama konusunda kararsız olanlar ankete katılanların %10,2'sini oluşturmaktadır. Başarılı olup bölümünden memnun olanlar ankete katılanların %44,9'unu oluşturmaktadır.

6. SONUÇ

Bu çalışmada Aşkale Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin bölümlerinden memnuniyetleri üzerinde etkili olabilecek faktörler tespit edilmeye çalışılmıştır. Aşkale MYO öğrencilerinin %17,4'ü bölümlerinden memnun olmadığını, %16,5'i kararsız olduğunu ve %66,1'i ise bölümlerinden memnun olduğu tespit edilmiştir.

Bölüm memnuniyetini etkileyen faktörlerin tespiti için yapılan ordinal(sıralı) lojistik regresyon analizi sonucuna bakıldığında şu sonuçlara ulaşılmıştır. 1.sınıf öğrencilerinin 2.sınıfta olan öğrencilere göre bölümlerinden daha fazla memnun olduğu, ağırlıklı genel not ortalaması(AGNO) başarı baraj notu olan 2'nin üzerinde olan öğrencilerin başarı baraj notu 2'nin altında olan öğrencilere göre daha fazla bölümlerinden memnun olduğu gözükmektedir. Özel yurtta kalan öğrencilerin akraba yanında kalan öğrencilere göre bölümlerinden daha fazla memnun olduğu buna karşılık bazı öğrencilerin kaldıkları yer ile bölüm memnuniyetleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir. Bölümü araştırarak tercih eden öğrencilerin bölüm memnuniyeti istemeyerek tercih edenlerden fazladır. İş olanaklarının fazla olduğunu düşünerek bölümlerin tercih eden öğrenciler bölümlerinden daha fazla memnun olduğu gözükmektedir. Sınıfta düşüncelerini rahatlıkla ifade ettiğini dile getiren öğrencilerin bölüm memnuniyeti rahatlıkla ifade edemediğini söyleyenlere göre daha fazladır. Derslerin açık ve anlaşılabilir bir şekilde işlendiğine katılan (%48,8), tamamen katılanlara göre(19,7,) bölümlerinden daha fazla memnundur. Toplamda ailelerindeki öğrenci sayısı 3 olduğunu ifade edenler, 5 ve daha fazla öğrenci olduğunu belirtenlere göre daha fazla memnundur. Cinsiyet, yaş, hayattan memnuniyet düzeyi, üniversiteye sınavlı ya da sınavsız geliş durumu, medeni durum, açıkta kalmama düşüncesinin bölüm tercihi üzerinde etkisinin, ikamet yerleşim birimi, burs alıp almama durumu değişkenlerinin %5 önem düzeyinde bölüm memnuniyetleri üzerinde etkili olmadıkları tespit edilmiştir.

Yapılan ki-kare analizi sonucunda da öğrencilerin başarıları ile bölüm memnuniyeti arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu nedenle öğrencilerin bölüm memnuniyetlerinin artırılması başarı durumlarına katkı sağlayacaktır.

Anlamlı çıkan değişkenler irdelendiğinde çıkan önemli bir sonuç öğrencinin kendini ifade edebilmesi ya da ifade etmesinin cesaretlendirilmesi bölüm memnuniyeti üzerindeki pozitif etki yaratmasına ve dolayısıyla öğrencinin başarılı olmasına katkı sağlamasıdır. Ayrıca öğrencilerin bölüm tercihleri yapmadan önce bölümü araştırmaları ve kendilerine yakın bulmaları halinde tercih etmeleri hem bölüm memnuniyetlerini artıracak hem de daha başarılı olmalarını sağlayacaktır. Öğrencilerin iş bulma kaygılarının varlığı bölümlerinden memnuniyetsizliğine sebep olmakta ve bu hususta başarısız olmalarına neden olabilmektedir. Derslerin açık ve anlaşılır bir şekilde işlendiğini ifade eden öğrencilerin özellikleri irdelendiğinden bunların hem bölümlerinden daha memnun olduğu hem de daha başarılı olduğunu söyleyebiliriz. Bu husus akademisyenlerin ders işleme/anlatım şekli vb. durumları öğrencileri dikkate alarak gerçekleştirilmesi halinde öğrenci memnuniyetini ve dolayısıyla başarılarını etkileyebilecektir.

KAYNAKÇA

Agresti, A. (1996). An introduction to categorical data analysis(Vol. 135). New York: Wiley.

Akın, B. ve Şentürk, E. (2012), "Bireylerin Mutluluk Düzeylerinin Ordinal Lojistik Regresyon Analizi İle İncelenmesi", Öneri Dergisi, 10(37), 183-193.

Aksu, H. H. (2015). Eğitim fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin bölümleri hakkındaki görüşleri: Giresun Üniversitesi örneği. Kastamonu Eğitim Dergisi, 24(1), 299-316.

Atik, H. (2006). Beşeri sermaye, dış ticaret ve ekonomik büyüme. Ekin Yayınevi.

Aydın, S., Görmüş A. Ş., ve Altıntop Y. A. (2014). Öğrencilerin memnuniyet düzeyleri ile demografik özellikleri arasındaki ilişkinin doğrusal olmayan kanonik korelasyon analizi ile incelenmesi: Meslek Yüksekokulu'nda bir uygulama. AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,14(1), 35-58.

Aylin, K. (2013). Beşeri sermaye ve ekonomik büyüme ilişkisi: Yatay kesit analizi ile AB ülkeleri üzerine bir değerlendirme. Maliye Dergisi, (165), 241-285.

Bakır, N. Ozan, F. Müge Arslan, ve A. Ercan Gegez.(2016). Üniversite öğrencilerinde memnuniyet oluşturan unsurların saptanması: Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi Öğrencileri İle Bir Araştırma. Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi 38(1), 93-125.

Bayram, N. (2013). Sosyal bilimlerde SPSS ile veri analizi. Ezgi Kitabevi.

Çakmak, E. ve S. Gümüş (2005). "Türkiye'de Beşeri Sermaye ve Ekonomik Büyüme: Ekonometrik Bir Analiz (1960-2002)", Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 60(1), 59-72.

Çelikkol, H., Uzgören, E. Vd. (2016). Dumlupınar üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin memnuniyetini etkileyen faktörlerin istatistiksel analizi: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Avrasya Özel Sayısı, 91-101.

Erdoğan, E. ve Bulut, E. (2015). İşletme bölümü öğrencilerinin memnuniyet düzeylerini etkileyen faktörlerin araştırılması. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 11(26), 151-170.

Kahiloğulları, A. (2010). Beşeri Sermaye ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.

Karagöz, Y. (2016). SPSS 23 ve AMOS 23 Uygulamalı İstatistiksel Analizler,Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Kurulu, Y. (2007). Türkiye'nin yükseköğretim stratejisi. TC Yükseköğretim Kurulu.

Lawson, C., & Montgomery, D. C. (2006). Logistic regression analysis of customer satisfaction data. Quality and Reliability Engineering International, 22(8), 971-984.

Oktay, E., Naralan, A. ve Özçomak, S. (2007) Erzurum'daki Konutlarda Tercih Edilen Doğal Gaz Sistem Araştırması, Erzurum: Aktif Yayınevi

Oktay, E., Özgenç, E. Ve Çebi, K. (2016) Çalışan Öğrencilerin Hayattan Memnuniyetlerinin Araştırılması, Erzurum :Zafer Form Ofset Yayınevi

Özşahin, Ş., & Karaçor, Z. (2013). Ekonomik büyümenin belirleyicilerinden biri olarak beşeri sermaye: Yükseköğrenimin türkiye ekonomisi için önemi. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6(1), 148.

Sümbüloğlu, K. & Akdağ, B. (2007). Regresyon Yöntemleri ve Korelasyon Analizi. Ankara: Hatipoğlu Yayınları.

Yaylalı, M. ve Lebe, F. (2011), "Beşeri Sermaye ile İktisadi Büyüme Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi", Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, XXX(I), 23-51.

Yeni Keynesyen Okulda Fiyat Katılığı Kavramı

Öğr. Gör. Dr. Bige Küçükefe[1]

[1]Namık Kemal Üniversitesi/ M.Ereğlisi MYO, bkucukefe@nku.edu.tr

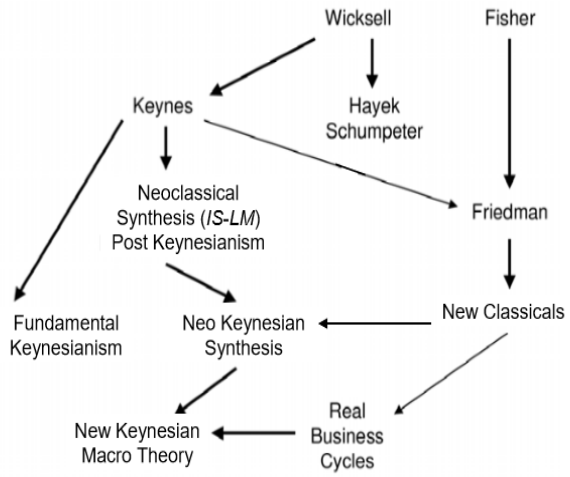
Özet: Fiyatların esnek mi yoksa yapışkan mı oldukları sorusu, makro ekonominin temel araştırma konularından birisidir. Konjonktür dalgalanmalarının kaynaklarını ve aynı zamanda para politikasının ekonomi üzerindeki etkilerini anlamak için fiyat değişimlerinin doğru olarak değerlendirilmesi gereklidir. Eğer fiyatlar yapışkansa (nominal şoklara yavaş tepki veriyorlarsa), merkez bankaları üretilen mal ve hizmetlerin reel miktarını para politikaları yoluyla etkileyebilirler. Klasik ve Keynesyen ekonominin en temel tartışmalardan biri de fiyat katılığıdır. Fiyatların ve ücretlerin katı olduğu varsayımı üzerine inşa edilmiş Yeni Keynesyen iktisat teorisine göre para nötr değildir ve parasal genişleme ekonomide reel sonuçlar üretir. Bu çalışmada Yeni Keynesyen ekonomideki fiyat katılığı kavramı incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Yeni Keynesyen Okul, fiyat katılığı, para politikası

Abstract: The question of whether prices are flexible or sticky is one of the basic research topics of the macroeconomics. To understand the sources of business cycle fluctuations as well as the effects of monetary policy on the economy, it is necessary to evaluate the price changes correctly. If the prices are sticky (they respond slowly to nominal shocks), central banks can influence the real amount of goods and services produced through monetary policies. Price rigidity is one of the main debates of the classical and Keynesian economies. According to the New Keynesian economic theory built on the assumption that prices and wages are rigid, the currency is not neutral and the monetary expansion generates real results in the economy. In this study, the concept of price rigidity in the New Keynesian economy will be examined.
Key Words: New Keynesian Economics, price rigidity, monetary policy

1. GİRİŞ

Ekonomi bilimi, diğer insanı temel alan bilimlerde olduğu gibi zamana göre ve topluma göre kanunları değişiklik gösterir. Ekonomi bilimi de her yeni gelen araştırmacının yaptığı katkılar, değişiklikler ya da tümüyle farklı bakış açıları ile sürekli bir değişim içerisindedir. Örneğin John Maynard Keynes ile başlayan Keynesyen okul günümüzde neo, yeni, post gibi ön ekler alarak birçok farklı branşa ayrılmıştır.



Kaynak: Leijonhufvud, A. (1981), The Wicksell Connection. In: Information and Coordination. New York, Oxford University Press, 131-202.

Leijonhufvud (1981)'a göre, Yeni-Keynesyen Makro Teori Yeni Keynesyen Sentez ve Reel Konjonktür Teorilerinden ortaya çıkmıştır. Neo Keynesyen Sentez ilk kez 1980 ve 1990'larda Mankiw, Stiglitz ve diğerleri tarafından kullanılmıştır. Ortaya çıkışı Lucas'ın Yeni Klasik Okul tarafından ortaya atılan piyasaların sürekli olarak temizlendiğine ilişkin görüşe karşılık olarak ücret ve fiyat katılıklarının olduğunu öne sürmektedir.

Fiyatların esnek mi yoksa yapışkan mı oldukları sorusu, makro ekonominin temel araştırma konularından birisidir. Konjonktür dalgalanmalarının kaynaklarını ve aynı zamanda para politikasının ekonomi üzerindeki etkilerini anlamak için fiyat değişimlerinin doğru olarak değerlendirilmesi gereklidir. Eğer fiyatlar yapışkansa (nominal şoklara yavaş tepki veriyorlarsa), merkez bankaları üretilen mal ve hizmetlerin reel miktarını para politikaları yoluyla etkileyebilirler. Yeni Keynesyen teorisinin önde gelen isimleri Fischer (1977) ve Taylor (1979; 1999), kademeli fiyat ayarlama politikası nedeniyle ortaya çıkan nominal katılıkların çıktı üzerinde sürekli bir etki oluşturabileceğini göstermişlerdir. Dolayısıyla bir ekonomide fiyatların yapışkanlık derecesini belirlemek, şokların etkilerinin doğru biçimde tahmin edilmesine yardımcı olmaktadır. Ayrıca fiyat yapışkanlığının karakteristiği ve sektörel dağılımı, enflasyon dinamiklerinin daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadır.

1. LİTERATÜR TARAMASI

Fiyatların yapışkan olduğu ve kademeli biçimde zamana veya duruma bağlı olarak ayarlandığı çok sayıda makro ekonomik model geliştirilmiştir. Ürün bazında fiyatları inceleyen birçok araştırmacı (örneğin Alvarez v.d. 2006, Kashyap 1995, Levy v.d. 2008, MacDonald ve Aarondon 2000 ve Kackmeister 2007) toptan eşya ve tüketici fiyatlarının bir süre sabit seyrettiğini göstermişlerdir. Toplulaştırılmış veri kullanarak yapılan ampirik çalışmalarda, bir parasal şok sonrası fiyatların bir süre değişmeden kaldığını bulmuşlardır. (Christiano vd., 1999, Carvalho 2005, Rotemberg ve Woodford 1997, Christiano vd., 2005, Smets ve Wouters 2004, Nakamura ve Steinsson 2010)). Bu ve benzeri bulgular ışığında, politika analizi için kullanılan modeller de dahil olmak üzere, pek çok makro ekonomik model fiyatların yapışkan olduğu varsayımına dayanır.

Türkiye ekonomisi için yapılan çalışmalara baktığımızda Abdioğlu (2010) Tüketici Fiyatları Endeksi (TÜFE) kapsamındaki ana harcama kalemleri bazında nominal fiyatların katılık derecelerini incelemiş ve nominal fiyatların aşağı doğru oldukça katı iken artış yönünde çok esnek olduğu sonucuna varmıştır. 1994-2009 yılları arasında TÜFE kapsamındaki mal ve hizmetlerin nominal fiyatları ortalama her 1.6 ayda bir değişmiştir. Özmen ve Sevinç (2011), Türkiye'de TÜFE'nin önemli kısmını oluşturan 6000 civarı malın 2006:10-2011:01 arası dönemi kapsayan fiyat değişimlerini incelediler ve Türkiye'deki fiyatların değişim frekansını gelişmiş ekonomilere kıyasla daha yüksek olduğunu buldular. Ortalama 7.4 haftada bir fiyatlar değişmektedir ve fiyat ayarlamalarının medyan değeri % 3.5 olarak bulunmuştur. Ayrıca, fiyat değişim sektörel bazda heterojenlik göstermektedir. Türkiye ekonomisinde fiyat dinamiklerini inceleyen Küçükefe (2016) fiyatların katılık derecesi araştırmıştır. TÜFE fiyat serileri kullanılarak elde edilen sonuçlara göre Türkiye'de fiyatlar ortalama olarak her 1.3 ayda bir değişmektedir. Bu değerin Türkiye için 2 ayın altında olması, fiyat katılık derecesinin gelişmiş ülkelere kıyasla belirgin biçimde düşük olduğunu göstermektedir. Küçükefe (2017) bir diğer çalışmasında Türkiye'deki fiyat katılığının makroekonomik koşullardan mı yoksa sektöre özgü koşullardan mı kaynaklandığını rasyonel dikkatsizlik modelini kullanarak incelemiştir.

Ürün bazlı fiyatlardaki artış ve azalışlar birbirlerini etkisizleştirdiği için fiyat değişimlerinin toplulaştırılmış verilere yansımadığı görüşü fiyat katılığı araştırmalarına yeni bir yön vermiştir. Toplulaştırılmış verilere bakıldığında yapışkan görünen fiyatlar, ürün bazında incelendiğinde daha değişken olduğunu savunan Bils ve Klenow (2004), ABD tüketici harcamalarının yaklaşık %70'lik bir bölümünü oluşturan ve 350 ana başlıkta toplanan tüketim eşyası ve hizmet fiyatlarının değişim süresinin medyan değerini 4.3 ay olarak hesaplamıştır. Diğer taraftan, son dönemde toplulaştırılmamış fiyatlar kullanılarak yapılan araştırmalar, fiyatların yaygın biçimde varsayılanın çok üzerinde bir esneklik gösterdiğini ortaya koymuştur. Örneğin, Klenow ve Kryvtsov (2008) 1988-2004 yıllarını kapsayan ABD tüketici fiyat endeksi mikro verisine dayandırdıkları çalışmalarında, fiyat ayarlamalarının -indirim fiyatlarının ele alınışına bağlı olarak- 4 veya 7 ay gibi çok sık aralıklarda yapıldığını ve fiyat değişim oranlarının ise %10 gibi yüksek bir değer olduğunu bulmuşlardır.

Boivin, Giannoni ve Mihov'un 2009 yılında yaptıkları çalışmalarında makroekonomi politikalarının toplulaştırılmış ve toplulaştırılmamış verilerde farklı etkilerini ayrıştırmak için FAVAR yöntemini kullanmışlardır. ABD ekonomisi için yaptıkları çalışmada enflasyon dalgalanmalarının ancak %15'inin makroekonomik şoklarla açıklanabildiği, toplulaştırılmamış fiyatların sektöre özgü şoklara çok çabuk tepki verdiği sonucuna varmışlardır. 2003 yılında Avrupa Merkez Bankası, enflasyondaki değişimleri makro ve mikro veri setlerini kullanarak inceledikleri Enflasyon Dayanıklılık Ağı (Inflation Persistence Network)'ü kurmuş ve bu konuda çalışmalar yapmıştır. Chong, Zhu ve Rafiq (2013), Hindistan ve Çin için yaptıkları çalışmada FAVAR yöntemini kullanmışlardır. Çalışmalarının sonucunda makroekonomik ve para politikası şokları sonrasında fiyatların Hindistan'da Çin'e nazaran daha hızlı ayarlandığı sonucuna varmışlardır. Gu (2014) Japon ekonomisi için, Mumtaz, Zabczyk ve Ellis (2009) İngiltere için FAVAR yöntemiyle fiyat katılıklarını inceleyen çalışmalardan bazılarıdır.

2- Yeni Keynesyen Ekonomi ve fiyat katılığı

Keynes, 1936 yılında yayınladığı "İstihdam, Faiz ve Paranın Genel Teorisi" adlı kitabı ile birlikte makroekonomik politika yaklaşımlarına klasiklerden farklı, yeni bir bakış açısı getirmiştir. Kapitalist sistemin 20. yüzyıldaki en büyük krizi olan Büyük Buhran'a tanıklık eden Keynes, ekonominin tam istihdama ulaşmada ve Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYIH)'nın toplam hacmini belirlemede başarısız olduğunu, "herhangi bir iyileşme ya da tamamen çöküş eğilimi göstermeksizin uzunca bir süre normalin altındaki bir faaliyet düzeyinde kalabilecek gibi göründüğünü" gözlemlemiştir (Keynes,1936). Tam istihdama yeniden ulaşmanın yolu olarak piyasalara hükümetin para ve maliye politikaları yoluyla müdahalesine izin veren Keynesyen ekonomi bu önerilerinin Büyük Buhran'dan çıkışta yararlı olmasıyla Keynesyen ekonomi altın çağını yaşamıştır.

Keynesyen iktisat kapsamında açıklanan piyasa başarısızlığı ve gayri iradi işsizlikle ilgili önermelerde ücret ve fiyat piyasaları esnek fiyatlar sayesinde dengeye gelir. Bu durum, Walras'ın rasyonel bireylerin piyasayı optimize eden davranışlarının yer aldığı tam istihdam teorisiyle uyuşmamaktadır. Walras (1877) modelinde rekabetçi genel denge teorisi vardır. Mikroekonomiye hakim olan bu teori, Keynes'in aksine, tek piyasalar ve ajanlardan başlayarak tüm ekonomik işleyişi tümevarım yöntemiyle açıklamaya çalışmaktadır. Mikro ekonomik temeldeki bu eksiklik, Keynesyen ekonominin altın çağında göz ardı edilse de 1973'den itibaren değişen ekonomik koşullar, Keynesyen ekonomi politikalarına yöneltilen eleştirilerin artmasına neden olmuştur. Aktif para ve maliye politikaları ile uygulanan devlet müdahalesinin, piyasalardaki toplam istikrarsızlığı giderebileceği yönündeki görüşü, petrol fiyatlarının hızla arttığı 1970'lerde etkisini yitirmiştir. Monetarizm, eski ve yeni Klasik makro ekonomi yaklaşımları aktif makroekonomik politikalara gerek olmadığını ve piyasaların geçici olarak doğal üretim ve tam istihdam düzeyinden uzaklaşsalar bile hızlıca normale döneceğini söylemişti. 1970'lerdeki enflasyon artışı Keynesyen ekonomideki teori eksikliklerine dikkat çeken iktisatçılara bir güven sağlamıştır. Ayrıca yeni klasik yaklaşımda iş çevrimlerinin en belirleyici nedeni de öngörülemeyen parasal şoklar olduğunu belirtmişti (Lucas, 1981). 1970'lerin sonunda yeni klasik yaklaşımın da eksiklikleri görünür hale gelmiştir. Bu eksikliklerin temelinde piyasaların sürekli temizlenmesi ve eksik bilginin birlikte temel varsayım olarak kabul edilmesi vardır. Metodolojik olarak yapışkan fiyatlar reddedilmesine rağmen yeni klasik modeller paradan üretime doğru nedensellik içeren işçevrimleri yeterince açıklanmadan kabul edilmişi (Snowdon ve Vane, 2012:236)

1980'ler ise Keynesyen iktisat için yeniden canlanma yılları olmuştur. Lucas'ın (Lucas, 1980) Keynesyen iktisadın ölümünü ilan ettiği makaleden sadece altı yıl sonra Howitt'in (1986) "Keynesyen toparlanma" ve Blinder'in "Lucas'dan sonra Keynes" (1986) yayınladığı çalışmalar Yeni Keynesyen Ekonomi teorisini ele almıştı. "Yeni Keynesyen Okulu" terimini ilk defa kullanan Micheal Parkin, bu okulun temel kavramı olarak da yeni akım rasyonel beklentiler varsayımı altında fiyat ve ücret katılıklarını anlatmıştır. Yeni Keynesci Okul, Yeni Klasik Okul'dan farklı olarak fiyat ayarlamalarının tam rekabetçi firmalar tarafından değil, monopolistik firmalar tarafından yapıldığını söylemiştir. Yeni Keynesyen iktisatçılar eksik rekabet, eksik piyasalar, heterojen emek, asimetrik bilgi konularının teorik temellerine ve makroekonomik sonuçlarına ilişkin çok çeşitli çalışmalar yapmışlardır. Yeni Keynesyen teorisyenlerin ücret ve fiyat katılıkları ile ilgili yaptıkları araştırmalarla hem tutarlı bir arz teorisi kurmayı hedeflemişler hem de Ortodoks Keynesyenlerin önemli bir eksiği olan sağlam mikro temeller kurmaya çalışmışlardır. Yeni Keynesyen ekonomi para yanlı mıdır -ya da klasik dikotomi geçersiz midir- sorusuna evet cevabı verir. Paranın yanlı olma durumu fiyat katılıklarından kaynaklanmaktadır. Fiyat katılıklarının varlığı durumunda para politikası reel etkilere sahip olur.

Fiyat katılığı, bilgi eksiklikleri gibi geleneksel neoklasik bileşenlere de başvurarak açıklanabilirdi, ancak istemsiz işsizliği ve talep politikaları gibi Keynesyen kavramlar öne çıkarılmış oldu. Ayrıca Reel Konjonktür Dalgalanmaları, Yeni Klasiklere bir cevaptı. Ancak burada amaç, piyasa ekonomisinin dinamik verimliliğini, özellikle şimdiye kadar analiz edilen parasal talep bozukluklarından çok daha önemli olarak görülen gerçek arz yönlü şoklar durumunda güçlendirmektir. Reel Konjonktür Dalgalanmaları açık bir şekilde "Wicksell Bağlantısı" nın (Leijonhufvud 1981) geç dönemidir. Burada, harcamaların ve tasarrufun zamana bağlı olarak tahsis edilmesi konusu, makro teorilerin özünü ve yapısını yönetmektedir. Burada, Fisher ve Friedman'ın ardından Paranın Miktar Teorisi ile karşılaştırılması, istikrarlı para talebinin, parasal varlık ve mal talebi arasında, ikincisinin yapısına bakılmaksızın, az ya da çok sabit bir ilişkiyi garanti etmesi beklenmektedir.

Reel Konjonktür Dalgalanmaları teorisine göre fiyatlar tamamen esnek olduğunda nominal şoklar sadece fiyatları etkiler. Miktarlar üzerinde bir etkisi yoktur. Öte yandan, fiyat ayarlamasının önünde engeller varsa, o zaman nominal değişimlerin reel değişkenler üzerinde en azından geçici etkileri olacaktır görüşüne sahiplerdi. Reel Konjonktür Dalgalanmaları, zaman içinde bir "temsilci" ajanın emek arzının ve mal talebini optimal bir şekilde tahsis etmişti, örneğin, rastgele bir üretkenlik şokları ortamında bir zamanlararası fayda fonksiyonunu

karşılayan tasarruf ve tüketimin bir sıralamasını her bir dönem için gerçekleştiriyordu. Ancak tüm bunlar esnek ücretler ve fiyatlar ile gösterilmişti, bu nedenle ekonomi politikası işlevsizleşmişti. Bu nedenle Yeni Keynesyen Ekonomi, para politikası faaliyetlerinin kısa vadeli reel etkilerini sağlamak için Neo Keynesyenlerde anahtar konu olan nominal katılıklar getirmiştir. Son olarak, merkez bankasının aktif faiz oranı politikaları davranışı, Post Keynesyenlerin varsayımlarına uygun olarak kabul görmüştür (Spahn, 2009)

Fiyat katılığının neden oluştuğunu anlayabilmek için fiyat ve ücret katılığı konusunda çok çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Örneğin Taylor (1979) ücretlerin yapışkanlığı konusunu ücretlerin basamaklar halinde düzenlenmesine ve bütün firmaların aynı anda ücretleri değiştirmemesine bağlamıştır. Calvo (1983) ise fiyat ayarlama işleminde veri bir zamanda ekonomideki bir firmanın fiyatları değiştirmesi olasılığının sabit olduğunu vurgulamıştır. Taylor ve Calvo'nun bu teorileri, fiyat ve ücret katılığını zamana bağlı ('time-dependent') olarak açıklayan teorilerdir. Mankiw (1985), Blanchard ve Kiyotaki (1987) ise duruma bağlı ('state-dependent') teorilerin temsilcileri olmuşlardır. Eksik rekabet piyasasında faaliyet gösteren firmalar fiyatlarını ayarlarken menü maliyetleri olarak bilinen engellerle karşılaşırlar. Bu maliyetler firmaların fiyatları daha az değiştirmelerine neden olur. Mankiw (1985), Akerlof ve Yellen (1985) ve Parkin (1986) de fiyat katılıklarının nedenlerini anlamak için menü maliyetleri konusunda araştırma yapmışlardır. Bu çalışmalarda menü maliyetleri kavramına, fiyat listelerini ve katalogları yeniden basmak, bunun için ayrıca bir emek kullanılması, tedarikçiler ve müşteriler ile alım ve satım sözleşmelerinin güncellenmesi gibi konular dahil edilmiştir. Rotemberg (1982) firmaların fiyat değiştirmedeki isteksizliğini müşteri kaybetme korkusuna bağlamıştır. Blinder (1982) mallarını stoklama imkanları olan firmaların fiyatlarını değiştirmede çok istekli olmadıklarını göstermiştir.

Ampirik verilere baktığımızda, toplulaştırılmış veriler Yeni Keynesyen ekonominin öngördüğü fiyat katılığının mevcut olduğunu göstermektedir. Ancak yapılan çalışmalarda mikro verilerin toplulaştırılmış verilere göre çok daha fazla değişkenlik içerdiğini göstermektedir. Makro ekonomik ve sektöre özgü dalgalanmaların fiyatlar üzerindeki etkisini ayrıştırılması ve bu iki etkenin fiyat değişimi içindeki paylarının doğru tahmin edilmesi para politikası açısından çok önem taşır. Bu ayrıştırma işlemi için kullanacağımız ampirik çerçeve Bernanke, Boivin ve Eliasz (2005) tarafından geliştirilen FAVAR (Faktör Artırımlı Vektör Auto Regresyon) modeline dayanmaktadır. Bu model, yöntem olarak bir vektör oto-regresyonu doğrudan ana bileşenlerin faktörlerini hesaplamayı içerir. Serbestlik derecesinin artması ve çok büyük değişken setleri için impuls tepkilerinin tahmin edilebilmesi gibi avantajlar sunan FAVAR yöntemi, makroekonomik araştırmalarda yaygın bir kullanım alanına sahiptir.

3- SONUÇ

Yeni Keynesyen ekonomi makroekonomiye getirdiği mikro temellerle Walrasyen denge teorisinin yeniden kurulmasını sağlamıştır. Mikroekonominin çalışma konusu olan birçok firma ve hanehalkı kararlarından yola çıkarak piyasa süreçleri tam olarak anlaşılamaz. Bu açıdan eksikleri bulunan IS-LM teoreminin yerini Yeni Keynesyen ekonomi tamamlamış ve bu konuda bir konsensüs sağlamayı başarmıştır. Yeni Keynesyen ekonomide gelecekteki beklenen gelire ve reel faiz oranına bağlı bir tüketim fonksiyonu; beklenen gelecekteki enflasyon ve çıktı açığına bağlı malların arz fonksiyonu ve enflasyon ve çıktı açıklarını azaltmak için merkez bankasının faiz oranı tepki fonksiyonu bulunmaktadır. Bu sayede ampirik olarak gözlemlenebilen fiyat katılıkları teorik bir temele de sahip oldu. Para politikasının etkili olmasının teorik temelini de fiyat katılığı kavramına bağlamışlardır. Ülkelerin fiyat katılıkları dereceleri bu açıdan çok sayıda araştırmanın konusu olmuştur.

KAYNAKÇA

Abdioğlu, Z.: (2010).Yeni Keynesyenlerde Fiyat ve Ücret Katılıkları: Türkiye Örneği, Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi

Akerlof, G.A., Yellen, J.L. (1985). "A Near-Rational Model of The Business Cycle with Wage and Price Inertia", Quarterly Journal of Economics, Supplement.

Alvarez, L.J., Dhyne, E., H. (2005). "Sticky Prices in the Euro Area: A summary of new Micro Evidence", ECB Working Paper, No: 63.

Bai, J., Kunpeng, L., Lu, L. (2014). "Estimation and Inference of FAVAR Models", MPRA Paper No. 60960, Erişim adresi Online: http://mpra.ub.uni-muenchen.de/60960/

Bernanke, B., Mihov, I. (1998). "The Liquidity Effect and Long-Run Neutrality", Carnegie Rochester Conference Series on Public Policy, 49, 149-194.

Bernanke, B., Boıvın, J. (2003). "Monetary Policy in a Data-Rich Environment", Journal of Monetary Economics, 50:3, 525-546.

Bernanke, B., Boivin, J., Eliasz, P. (2005). "Measuring The Effects Of Monetary Policy: A Factor-Augmented Vector Autoregressive (FAVAR) Approach", Quarterly Journal Of Economics, 120(1), 387-422.

Bils, M.,. Klenow, P.J., Kryvtsov, O. (2003), "Sticky Prices and Monetary Policy Shocks," Federal Reserve Bank of Minneapolis Quarterly Review, 27(1): 2-9.

Bils, M., Klenow, P. J. (2004). "Some Evidence on the Importance of Sticky Prices", Journal of Political Economy, 112(5), 947-985.

Blanchard, O.J., Kiyotaki, N. (1987)." Monopolistic Competition and the Effects of Aggregate Demand", The American Economic Review, 77(4):647-666

Blinder A.S. (1982). "Inventories and Sticky Prices: More on the Microfoundations of Macroeconomics." The American Economic Review, Vol. 72, No. 3, June 1982, pp. 334-348.

Boivin, J., Giannoni, M. P., Mihov, I. (2009). "Sticky Prices and Monetary Policy: Evidence from Disaggregated US Data", American Economic Review, 99:1, 350-384.

Calvo, G. A. (1983). "Staggered Prices in a Utility-Maximizing Framework", Journal of Monetary Economics, 12, 383-398.

Carvalho, C. (2005). "Heterogeneity in Price Setting and the Real Effects of Monetary Shocks," Macroeconomics 0509017, EconWPA, revised 10 Oct 2005.

Chong, T.T.L., Zhu, T. ve Rafiq, M.S. (2013). "Are Prices Sticky in Large Developing Economies? An Empirical Comparison of China and India", MPRA Paper, No. 60985.

Christiano, L., Eichenbaum, M, and Evans, C. (1999), "Monetary Policy Shocks: What Have We Learned and to What End?", in M. Woodford and J. Taylor (eds.), Handbook of Macroeconomics, Vol. 1 A, Elsevier Science, Amsterdam, 65-148.

Christiano, Lawrence J, Martin Eichenbaum and Charles L Evans (2005), "Nominal Rigidities and the Dynamic Effects of a Shock to Monetary Policy", The Journal of Political Economy, 1-44.

Fischer, S. (1977). "Long-Term Contracts, Rational Expectations, and the Optimal Mone Supply Rule", Journal of Political Economy, 85(1), 191-205.

Gu, T. (2014). "Testing the Stickiness of Macroeconomic Indicators and Disaggregated Prices in Japan: A FAVAR Approach", International Journal of Economics and Finance, Vol. 6, No. 7.

Kackmeister, A. (2007). "Yesterday's Bad Times are Today's Good Old Times: Retail Price Changes Are More Frequent Today than in the 1890s.", Journal of Money, Credit and Banking, 39(8), 1987–2020.

Kashyap, A. K. (1995). "Sticky Prices: New Evidence from Retail Catalogs", Quarterly Journal of Economics, 100(1), 245-274.

Keynes, J.M. (1936). The General Theory of Employment, Palgrave Macmillian.

Klenow, P. J., Kryvtsov, O., (2008). "State-Dependent or Time-Dependent Pricing: Does It Matter for Recent U.S. Inflation?", Quarterly Journal of Economics, 123(3), 863-904.

Küçükefe, B., (2016). "Türkiye Ekonomisinde Fiyat Katılıkları", BJSS Balkan Journal of Social Sciences, vol. 5, s. 19-29.

Küçükefe, B., (2017). "Rasyonel Dikkatsizlik Modeli ve Fiyat Katılıkları", Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, vol. 10, pp. 35-58.

Levy, D., Müller, G., Chen, Haipeng A., Bergen, M. E., ve Dutta, S., (2008). "Holiday Price Rigidity and Cost of Price", Adjustment,Emory Law and Economics Research, Paper No. 06-13; Bar Ilan Univ. Pub Law Working Paper No. 06-1.

Lucas, R.E. Jr. (1980) 'The death of Keynesian economics: Issues and ideas', University of Chicago, Winter.

Macdonald, J. M., Aaronson, D., (2000). "How Do Retail Prices React to Minimum Wage Increases?", Federal Reserve Bank of Chicago Working Paper, WP-00-20.

Mankıw N.G. (1985). "Small Menu Costs and Large Business Cycles:A Macroeconomic Model of Monopoly", Quarterly Journal of Economics, May.

Mumtaz, H., Zabczyk, P., Ellis, C.(2009). "What Lies Beneath: What Can Disaggregated Data Tell Us about the Behaviour of Prices? (March 20, 2009)". Bank of England Working Paper No. 364. Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=1365818 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1365818

Nakamura, E., Steinsson, J. (2010). "Monetary Non-Neutrality in a Multisector Menu Cost Model," The Quarterly Journal of Economics, MIT Press, vol. 125(3), pages 961-1013, August

Özmen, M.U., Sevinç, O. (2011). "Price Rigidity in Turkey: Evidence from Micro Data", TCMB Working Paper, No: 11/25.

Parkin, M. (1986). "The Output Inflation Tradeoff Whwn Pricess are Costly to Change", Journal of Political Economy, February.

Rotemberg, J. J. (1982). "Monopolisitic Price Adjustment and Aggregate Output" Review of Economic Studies, 49:517–531.

Rotemberg, J. J., Woodford, M. (1997), "An Optimization-Based Econometric Framework for the Evaluation of Monetary Policy", National Bureau of Economic Research Macroeconomics Annual.

Sims, C.A (1992). "Interpreting the Macroeconomic Time Series Facts: The Effects of Monetary Policy", European Economic Review, 36, 975-1000

Sims, C., Zha, T. (1998). "Does Monetary Policy Generate Recessions?", Federal Reserve Bank of Atlanta.

Smets, F. and R. Wouters (2004), "Comparing Shocks and Frictions in US and Euro Area Business Cycle: A Bayesian DSGE Approach", Journal of Applied Econometrics.

Snowdon, B., Vane H.R. (2012) "Modern Makroekonomi Temelleri, Gelişimi ve Bugünü", Çev., Nurtaç Yıldırım vd., Efil Yayınevi, İstanbul,

Spahn, H. P. (2009) "The New Keynesian Microfoundations of Macroeconomics," Diskussionspapiere aus dem Institut für Volkswirtschaftslehre der Universität Hohenheim 317/2009, Department of Economics, University of Hohenheim, Germany.

Stock, J.H.; Watson, M. W. (2002). "Has the Business Cycle Changed and Why?", NBER Working Papers, 9127, National Bureau of Economic Research, Inc.

Taylor, J.B. (1979). "Monetary Policy During a Transition to Rational Expectations", Journal of Political Economy, 69, 108-113.

Taylor, J. B. (1999). "Staggered price and wage setting in macroeconomics," Handbook of Macroeconomics,in: J. B. Taylor & M. Woodford (ed.), Handbook of Macroeconomics, edition 1, vol. 1, chapter 15, pages 1009-1050 Elsevier.

Gıda Güvencesini Hesaplama Yöntemleri ve Son Gelişmeler

Gökçe KOÇ[1] **Prof. Dr. Ayşe UZMAY[2]** **Dr. Gökhan ÇINAR[3]**

[1] Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, gkc_add@hotmail.com

[2] Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, ayse.uzmay@ege.edu.tr

[3] Adnan Menderes Üniversitesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, gokhan.cinar@adu.edu.tr

Özet: Artan nüfusun beslenme ihtiyacının karşılanması ve gıda güvencesinin bir çok ülke ve uluslararası kuruluş için öncelikli konular arasında yer alması, gıda güvencesinin ölçülmesine ve anlaşılmasına yönelik farkındalığı ve bilimsel araştırmaları arttırmıştır. Mevcut göstergelerin heterojen olması ve ülkelerarası karşılaştırmayı zorlaştırması, uluslararası kuruluşları birleşik ve kapsamlı endeksler oluşturmak için motive etmiştir. FAO, IFPRI, EIU, WFP, UN gibi kurumlar tarafından belirli bir ülke veya bölgede gıda güvencesinin durumunu ve gelişmelerini ortaya koymak, gıda güvencesizliği nedenlerini, şiddetini ve süresini tahmin etmek ve gerekli önlemleri belirleyerek çözüm önerileri sunmak amacıyla farklı değişkenler kullanan endeksler geliştirilmeye devam etmektedir. Bu endekslerden yaygın olanları; Global Food Security Index (GFSI), Global Hunger Index (GHI) ve Hunger and Nutrition Reduction Commitment Index (HANCI)'dir. Endekslerin hesaplanmasında, çeşitli kaynaklardan gelen bilgileri ve verileri birleştiren, ağırlıkları ve dolayısıyla skora katkıları farklılık gösteren çeşitli ekonomik, politik ve sosyal değişkenlerden de yararlanılmaktadır. Endekslerde kullanılan başlıca değişkenler; kişi başına gelir, gıda harcamalarının gelirden aldığı pay, yoksulluk sınırı altında yaşayan nüfusun oranı, gıda arzı, günlük kalori bulunabilirliği ve mikro besin kalitesidir. Buna ek olarak, tarımsal altyapı ve AR&GE, kadınlardaki anemi yaygınlığı, obezite oranı gibi endekslere özgü değişkenler de bulunmaktadır. Son dönemlerde, çevre sorunları ve artan hassasiyetle birlikte, gıda güvencesi endekslerine doğal kaynaklarla ilgili suyun mevcudiyeti ve kalitesi, biyoçeşitlilik, sıcaklık artışı gibi değişkenlerin de dahil edildiği dikkati çekmektedir. Bu kapsamda, araştırmanın amaçları; gıda güvencesi endekslerinin özelliklerinin, metodolojisinin ve dahil edilen değişkenlerin açıklanması, küresel gıda güvencesinde güncel durumun ve yaşanan gelişmelerin ülkeler itibariyle karşılaştırmalı olarak ortaya koyulmasıdır. Sonuç olarak, küresel gıda güvencesinin sağlanabilmesi için hesaplama yöntemlerinin etkinliği ve geçerliliği arttırılmalı, uluslararası işbirlikleri güçlendirilmeli ve sonuç hedefli tarım ve gıda politikaları belirlenmelidir.

Anahtar Kelimeler: gıda güvencesi, küresel gıda güvencesi endeksi, küresel açlık endeksi, gıda politikaları

Abstract: The fact that food security is a priority for many countries and international organizations has increased awareness and scientific research about measuring and understanding. Because current indicators are heterogeneous and make it difficult to compare across countries, international organizations have been motivated to design composite indexes. Organizations such as FAO, IFPRI, EIU, WFP, UN continue to develop indices that use different variables in order to reveal the development of food security in a given region or country, to estimate the causes, severity and duration of food insecurity, and to provide the necessary precautions. The widely used ones of these indices are Global Food Security Index (GFSI), Global Hunger Index (GHI) and Hunger and Nutrition Reduction Commitment Index (HANCI). Economic, political and social variables that combine information and data from various sources are used while calculating the indexes. The main variables used are per capita income, the share of food expenditure from income, the proportion of the population living under the poverty line, food supply, daily calorie availability and quality of micronutrients. In addition, there are also some variables specific to indexes such as agricultural infrastructure and R&D, the prevalence of anaemia among women, and obesity rate. Recently, along with environmental problems and increased sensitivity, it is noteworthy that variables such as the availability and quality of water, biodiversity, and temperature increase are included in food security indices. In this context, the objectives of the research are to explain the characteristics, methodology and variables of food security indices, to reveal the developments in countries in a comparative way. Consequently, in order to ensure global food security, the effectiveness and efficacy of the methods should be improved, international collaborations should be strengthened and result-oriented agricultural and food policies should be determined.

Key Words: food security, global food security index, global hunger index, food policy

1. GİRİŞ

Gıda güvencesi "bütün insanların her zaman aktif ve sağlıklı yaşamı için gerekli olan besin ihtiyaçlarını ve gıda önceliklerini karşılayabilmek amacıyla yeterli, sağlıklı, güvenilir ve besleyici gıdaya fiziksel ve ekonomik bakımdan sürekli erişebilmeleri" olarak tanımlanmaktadır ve bulunabilirlik, erişilebilirlik, kullanılabilirlik ve kararlılık olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır (FAO, 1996; FAO, 2001). Gıda güvencesi, uluslararası tartışmalarda yer alan ve endişe yaratan önemli konulardan biridir ve gıda güvencesinin sağlanması küresel hedeflerin başında gelmektedir (FAO, 2001; Babu et al., 2014; Santeramo, 2014; Koç ve Uzmay, 2015). Nitekim, Birleşmiş Milletlerin 2030 yılı için hazırladığı Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'nden biri de "açlığın

sonlandırılması ve gıda güvencesinin sağlanması" dır. Ülkeler de uyguladıkları çeşitli tarım ve gıda politikaları ile gıda güvencesizliği sorununa çözüm aramaktadır (Babu et al., 2014).

İyi hedeflenmiş politikaların ve programların hazırlanması için, gıda güvencesinin doğru bir şekilde ölçülmesi gerekmektedir (Wineman, 2016). Gıda güvencesinin ölçülmesindeki temel amaç, güvencesizliğin nedenlerini ve şiddetini ortaya koyarak müdahale ihtiyacının belirlenmesidir. Bu ölçümler, yaklaşmakta olan gıda güvencesinin şiddetinin ve süresinin tahmin edilmesinde de kullanılmaktadır (International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies, 2006). Gıda güvencesinin ölçülmesinin oldukça önemli ve gerekli olduğu konusunda bir fikir birliği olmasına rağmen, kavramın çok boyutluluğu ve karmaşıklığı ölçümünü zorlaştırmaktadır (de Haen et al., 2011; Nathalie, 2012; Babu et al., 2014; Uzmay et al., 2015; Vaitla et al., 2017). Nitekim, hesaplama yöntemleri ile ilgili belirsizlik devam etmekte ve tartışmalar önemini korumaktadır (Upton et al., 2016; Bühler et al., 2018).

Nüfusun gıda güvencesinin ölçülmesinde ve gıda güvencesi yönetişiminin iyileştirilmesinde ilk adım, gıda güvencesinin çeşitli göstergelerinin ortaya koyulmasıdır (Babu et al., 2014; Perez- Escamilla 2017). Göstergelerin belirlenmesi, tarihsel perspektifte çeşitli aşamalardan geçerek farklı yaklaşımlardan ve gelişmelerden etkilenmiştir. Konunun tartışıldığı ilk dönemlerde (80'lerden önce), gıda güvencesinin ölçümünde 'yeterli gıda arzı' göstergesinin kullanılması yeterli görülmüştür (Coates, 2013; Hendriks, 2015). Bu nedenle, gıda güvencesi, gıda bilançoları yoluyla izlenmiş ve yalnızca yeterli gıda arzının veya kişi başına enerji ihtiyacının karşılanmasına bağlı olarak ölçülmüştür. Bu süreçte, gıda güvencesinin sağlanmasında tarımsal üretim stratejilerinin geliştirilmesine ve gıda yardımlarına odaklanılmıştır (Coates, 2013; Hassan et al., 2017).

1980'lerde Amartya Sen tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda, gıdaya erişimin en az gıda arzı kadar önemli olduğu belirtilmiş, gıda güvencesizliğinin gelir, piyasa koşulları ve fiyat politikalarından etkilenen satın alma gücü ile doğrudan ilişkili olduğu ortaya koyulmuştur (Sen, 1981). Böylece, 1990'larda gıda güvencesizliği tartışmaları bulunabilirliğin yanında erişilebilirliği de ele alarak yoksulluğun azaltılması, gıda fiyatları istikrarının sağlanması ve sosyal politikalara odaklanmıştır (Barrett, 2010). Erişilebilirliğin çok boyutlu bir kavram olması nedeniyle, gıda güvencesi hesaplama yöntemleri de bulunabilirliğin ortaya koyulmasından daha kapsamlı ve zor hale gelmiştir (Webb et al., 2006). Sonrasında, gıda güvencesinin yalnızca mevcudiyet ve erişim boyutlarıyla ölçmenin yanında, bireylerin gıdayı nasıl kullandığı, gıdaların güvenliği ve besin içeriğinin yeterli olup olmadığı konusunda endişeler artmıştır (Barrett, 2010; Renzaho and Mellor, 2010). Böylece, gıda güvencesi göstergelerine "kullanılabilirlik" boyutu da dahil edilmiş, gıda güvencesinin yeterli miktarda makro ve mikro besin alımı ile doğrudan ilişkili olduğu düşüncesi ön plana çıkmış ve beslenme kalitesi, güvenli içme suyuna erişim ve sanitasyon konuları önem kazanmıştır (Hendriks, 2015; Hassan et al., 2017). Bu dönemde, zayıflık, bodurluk gibi çeşitli antropometrik ölçümler kullanılmıştır (Coates, 2013).

Gıda güvencesi hesaplama yöntemi, güvenilir, düşük maliyetli ve zamana duyarlı olmalı, ayrıca, coğrafi ve kültürel farklılıklar arasında karşılaştırmalar yapılabilmesine olanak sağlamalı ve politika yapıcılar için anlaşılır olmalıdır (Nathalie, 2012). Dünya Gıda Programı (World Food Programme, WFP)'nin Vulnerability Analysis and Mapping (VAM) programına göre, gıda güvencesi ölçümü için kullanılan metotlar "1) kim gıda güvencesiz veya bundan etkilenebilir, 2) nerede gıda güvencesizliği yaşıyor, 3) neden gıda güvencesiz, 5) kaç kişi, 6) onların yaşam standartlarını iyileştirmek için neler yapılmalı, 7) durumları gelecekte nasıl değişecek ve onları tehdit eden riskler neler" sorularına cevap verecek kapsamda olmalıdır (WFP, 2017). Dünya Gıda Güvencesi Komitesi (The Committee on World Food Security, CFS)'ne göre, gıda güvencesinin izlenmesi ve haritalanması süreci ulusal gıda ve tarım bilgi sistemlerinin bir parçası haline getirilmeli ve ülke düzeyinde standart bir metodoloji kullanılmalıdır (CFS, 2017). Ancak, farklı ülkelerde gıda güvencesizliğinin belirleyicilerini betimlemek için kullanılabilecek ortak bir standart veya ölçüt henüz tanımlanamamıştır (Vineman, 2014; Leroy et al., 2015; Berry et al., 2015; Smith et al., 2017; Vaitla et al., 2017; Bühler et al., 2018; Peng and Berry, 2018).

Küresel nüfustaki heterojenlik, hükümetler ve politikaların farklılığı, yerel ekonomi, işgücü piyasaları ve tarımdaki çeşitliliğe rağmen, dünya çapında gıda güvencesizliğinin tanımlanması için oluşturulan bazı yöntemler bulunmaktadır (Smith et al., 2017). Uluslararası kuruluşlar, konuyla ilgili bilgi eksikliğini gidermek amacıyla çalışmalar yapmışlar ve gıda güvencesi göstergelerinden elde edilen bilgileri bir araya getiren birleşik endeksler oluşturmuşlardır (Santeramo, 2014). Endekslerin hesaplanmasında, çeşitli ekonomik, politik ve sosyal değişkenlerden yararlanılmaktadır. Kullanılan başlıca değişkenler; kişi başına gelir, gıda harcamalarının gelirden aldığı pay, yoksulluk sınırı altında yaşayan nüfusun oranı, gıda arzı ve günlük kalori bulunabilirliğidir. Buna ek olarak, tarımsal altyapı ve AR&GE, kadınlardaki anemi yaygınlığı, obezite oranı gibi endekslere özgü değişkenler de bulunmaktadır. Son dönemlerde, çevre sorunları ve artan hassasiyetle birlikte, gıda güvencesi endekslerine doğal kaynaklarla ilgili suyun mevcudiyeti ve kalitesi, biyoçeşitlilik, sıcaklık artışı gibi değişkenlerin de dahil edildiği dikkati çekmektedir.

Oluşturulan gösterge ve endeksler, karmaşık bilgilerin basit şekilde bir araya getirilip yorumlanmasını ve ülkelerin sıralanmasını sağlamaktadır (Vineman, 2014). Endeksler, gıda güvencesinin bazı boyutlarını nitelemek konusunda oldukça başarılı olsalar da, dört boyutun da temsil edilmesi açısından etkili olamamaktadır (Leroy et al., 2015; Upton et al., 2016). Her bir endeks, gıda güvencesinin farklı boyutuna öncelik vermekte, bazı göstergeleri ise ihmal edebilmektedir (Hassan et al., 2017). Ayrıca, farklı göstergelerin kombinasyonu ve ağırlıklandırılması yöntemiyle hesaplanan birleşik endeksler, gıda güvencesizliğinin şiddetinin ve temel nedenlerinin ortaya koyulması, risk faktörlerinin ve politika tercihlerinin belirlenmesi açısından da yetersiz kalmaktadır (Upton et al., 2016; Bühler et al., 2018;).

Bu kapsamda, araştırmanın amaçları;

1. Gıda güvencesi hesaplama yöntemlerinin açıklanması,
2. Gıda güvencesi endekslerinin özelliklerinin, metodolojisinin ve dahil edilen değişkenlerin açıklanması,
3. Küresel gıda güvencesinde güncel durumun ve yaşanan gelişmelerin ortaya koyulmasıdır.

2. GIDA GÜVENCESİ HESAPLAMA YÖNTEMLERİ

2.1 FAO Gıda Güvencesi Göstergeleri ve Hesaplama Yöntemleri

Dünyada gıda güvencesi, beslenme ve açlığın durumunu ülkeler ve bölgeler itibariyle ortaya koymak amacıyla FAO, IFAD, UNICEF, WFP ve WHO ortak çalışması ile hazırlanan The State of Food Insecurity in the World (SOFI) raporu 1999'dan beri yıllık olarak yayınlanmaktadır. Raporun ismi 2017 yılında "The State of Food Security and Nutrition in the World" olarak değiştirilmiştir.

SOFI ile birlikte yayınlanan yetersiz beslenme yaygınlığı (prevalence of undernourishment, PoU), ülkeler arası çapraz karşılaştırma yapılmasına olanak sağlayan ve yaygın olarak kullanılan en eski göstergelerden biridir. PoU, günlük enerji gereksinimini karşılamak için gerekli olan asgari miktarda besini tüketemeyen nüfusun oranını göstermektedir (FAO, 2014).

PoU, günlük diyetteki enerji tüketimi (dietary energy consumption, DEC), minimum enerji gereksinimini (minimum dietary energy requirement, MDER), gıda tüketimindeki eşitsizliği temsil eden varyasyon katsayısı (CV) ve çarpıklık parametresinin (SK) bir fonksiyonu olarak hesaplanmaktadır (FAO, 2018a). Veriler besin denge cetvellerinden (food balance sheet) türetilmektedir. FAO, SOFI 2012 ve 2014 raporları ile PoU'nun hesaplanma yönteminde çeşitli revizyonlar gerçekleştirmiştir. Gerçekleştirilen en önemli revizyon göstergelerin log-normal dağıldığı varsayımı yerine skew-normal dağıldığı varsayımının benimsenmesidir. Daha esnek olan skew-normal varsayımının benimsenmesi ile, gıda tüketim alışkanlıklarının değişmesi sonucu gıda güvencesinde kaydedilen gelişmeler daha iyi hesaplanabilmektedir (FAO, 2018b). Hesaplamada güncel olarak kullanılan formül aşağıdaki gibidir;

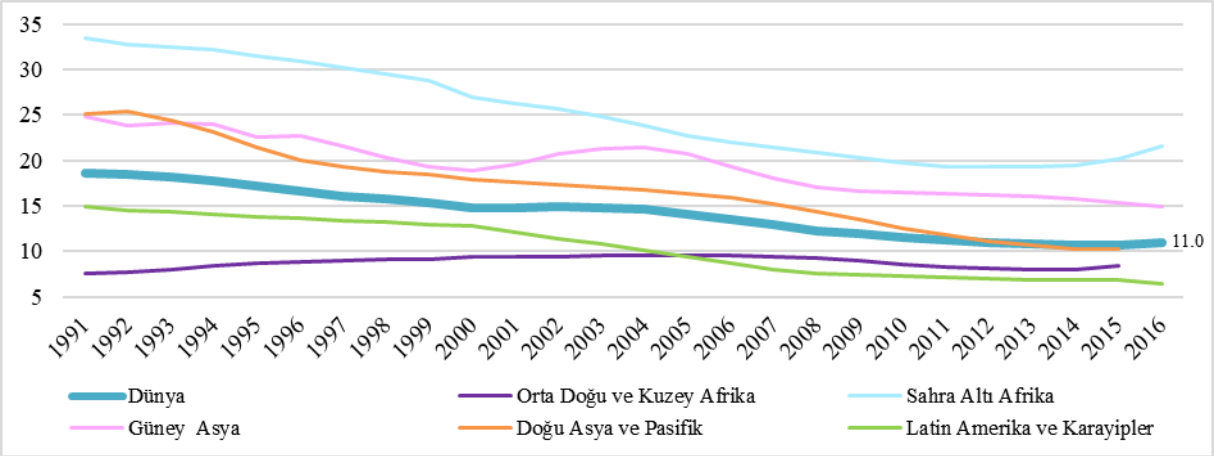
$$PoU = \int_{x<MDER} f\,(x \mid \theta)\,dx$$

Burada f(x) kişi başına düşen kalori tüketiminin olasılık yoğunluk fonksiyonu, θ ise olasılık yoğunluk fonksiyonunu karakterize eden bir parametreler vektörüdür.

SOFI 2017 raporuna göre, 2016 yılında yetersiz beslenme yaygınlığı %11'e yükselmiştir ve son on yılda kaydedilen ilerleme tersine dönerek 2012 seviyesine gerilemiştir (Grafik 1) (FAO et al., 2017). SOFI 2018'de ise, 2015-2017 yılları için yetersiz beslenme yaygınlığı ortalama %10.8 olarak açıklanmıştır ve yetersiz beslenen insan sayısının 2017 yılında 821 milyon olduğu belirtilmektedir (FAO et al., 2018a).

PoU, gıda güvencesinin erişilebilirlik ve bulunabilirlik boyutları itibariyle ülkelerin durumunu ortaya koymak açısından kullanışlı bir gösterge olsa da, endeksteki değerlerin bazı ülkeler için gerçeği yansıtmadığı ortaya konmuş, ayrıca gıda güvencesini tam olarak temsil etme konusunda yetersiz kalmış ve daha kapsamlı göstergelere ihtiyaç duyulmuştur (FAO, 2012; Cafiero, 2014; Berry, 2015; van Wesenbeeck, 2017). Dünya Gıda Güvencesi Komitesi (Committee on World Food Security, CFS), FAO'nun parametrenin güncelliğini ve güvenilirliğini geliştirmeye özel önem vermesi gerektiğini belirtmiştir (CFS, 2017).

Grafik 1. Yetersiz beslenme yaygınlığı (%) (1991-2016)



FAO, 2018c verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Bu yöntem, ulusal düzeyde gıda mevcudiyeti yoluyla yetersiz beslenme eğilimlerinin izlenmesinde iyi bir gösterge olsa da, gıda güvencesizliğinin yerel ve hanehalkı düzeyinde ölçümünde yetersiz kalmıştır (de Haen et al., 2011; FAO, 2013). Yetersiz beslenme yaygınlığın yüksek olmasının gıdaya erişimin eşitsiz dağılımından ziyade, genel gıda arzının yeterli olmasına bağlı olduğu ve PoU'nun eşitsizliği ölçmede etkili bir araç olmadığı belirtilmektedir (Cafiero et al., 2014). PoU'nun hesaplanmasında kullanılan minimum enerji gereksinimi, etnik farklılıklara, vücut yapısına, sağlık durumuna, fiziksel aktivite düzeyine göre değişebilmekte ve göstergede bu durum dikkate alınmamaktadır (Keskin ve Demirbaş, 2012; FAO, 2014). Ayrıca, kalori mevcudiyeti, beslenme durumunu ortaya koymak açısından yetersiz bir göstergedir ve protein, yağ ve karbonhidratlar gibi diğer temel besin maddelerinin de alınmasını temsil eden diyet çeşitliliğini ve kalitesini ölçmemektedir (Kakwani, 2015). 2008'de gıda fiyatların yaşanan artışlar ele alındığında, gıda güvencesinin ölçümünde kalori bulunabilirliğinin yanında diyet çeşitliliğinin de analiz edilmesi gerekmektedir (Pangaribowo, 2013; Babu et al., 2014; Perez-Escemilla et al., 2017). PoU'nun hesaplanmasında kullanılan verilerin ve varsayımların güvenilir olmadığı da belirtilmektedir (Perez-Escemilla et al., 2017). PoU, ülkelerin yıllar itibariyle gıda güvencesizliğinde gösterdiği iyileşmenin ve kalkınma hedeflerindeki gelişmelerin izlenmesi açısından yararlı bir gösterge olmasına rağmen, dışsal etkilerin, kısa vadeli değişimlerin ve önemli acil durumların tespit edilmesinde kullanılamamaktadır (Cafiero, 2014; Maxwell et al., 2013).

Dünya Gıda Güvencesi Komitesi (CFS)'nin 2011'de gerçekleştirdiği toplantıda, PoU'ya ek olarak gıda güvencesinin çeşitli yönlerini ele alan farklı göstergelerin sunulmasına karar verilmiştir. Bu amaçla oluşturulan veri tabanına dahil edilecek göstergelerin seçiminde uzmanların kararları dikkate alınarak, bölgeler arası karşılaştırmalar için yeterli kapsama sahip olan ve ölçülebilir olan veriler seçilmiştir. Veri tabanının amacı, gıda güvencesi ile ilgili bir bilgi dağıtım sistemi oluşturmak ve farklı kuruluşlar tarafından yayınlanan verileri bir arada rapor etmektir (FAO, 2018c).

Göstergeler; bulunabilirlik, erişilebilirlik, kararlılık ve kullanılabilirlik olmak üzere gıda güvencesinin dört boyutu itibariyle sınıflandırılmaktadır. Güncel olarak SOFI 2018 raporunda yer alan göstergeler Çizelge 1'de sunulmuştur. Bulunabilirlik boyutu, gıda arzını, yeterliliğini ve mikro besin kalitesini ölçmektedir. Erişilebilirlik boyutunda ülkenin ulaşım altyapısı, bireylerin ekonomik durumu ve PoU yer almaktadır. Bu boyutta 2015 yılında yer alan asfalt yolların oranı, gıda fiyatları endeksi ve yoksul kesimin harcamaları içinde gıdanın payı göstergeleri 2017 yılında kaldırılmıştır. Kararlılık boyutunda gıda üretimindeki dalgalanmalar ve dış ticaret ele alınmış, önceki verilerde bulunan yurtiçi gıda fiyatlarındaki dalgalanmalar ise 2017 yılında bu boyutta yer almamıştır. Kullanılabilirlik boyutunda ise sağlık hizmetleri ve suya erişim göstergelerinin yanı sıra 5 yaş altındaki çocuklarda ve yetişkinlerdeki sağlık durumu ele alınmıştır. Bu boyutta yer alan 5 yaş altı çocuklarda anemi oranı, A vitamini ve iyot eksikliğinin nüfus içerisinde yaygınlığı ise kaldırılmıştır.

FAO'nun gıda güvencesi göstergelerinde bir diğer önemli madde ise "şiddetli gıda güvencesizliği yaygınlığı (FI_{sev})"dır. Gösterge, PoU'ya gelen eleştiriler sonucunda ortaya çıkmıştır ve Voices of the Hungry (VoH) projesi kapsamında 2013 yılında tasarlanmıştır. FI_{sev}, ulusal kaynaklardan sağlanan veriler yerine hanehalkı veya bireysel düzeyde anket yoluyla toplanan verilere dayanmaktadır. Bu veriler, FAO tarafından geliştirilen Gıda Güvencesizliği Deneyimi Ölçeği (The Food Insecurity Experience Scale (FIES)) kullanılarak toplanmakta ve 8

sorudan oluşmaktadır. 2014, 2015 ve 2016 yıllarında 153 ülkede gerçekleştirilen anketler genellikle 1000 adettir, bu sayı Hindistan, Çin gibi nüfusun yüksek olduğu ülkelerde 5000'e kadar çıkabilmektedir.

FIES, farklı bölge, kültür, dilbilim ve kalkınma düzeylerinde gıda güvencesizliğinin şiddetini ölçmede etkili bir yöntem olarak tanımlanmaktadır (FAO, 2013). Ölçek, hanehalkı düzeyinde ölçüm yapması, ancak küresel olarak yorumlanabilmesi ve ülkeler arası karşılaştırma imkanı sunması açısından etkili ve verimli bir yöntemdir (Smith et al., 2017). Ölçeğin en önemli avantajı ise alt bölgeler ve nüfus grupları itibariyle gıda güvencesizliğinin coğrafi dağılımının belirlenmesidir. Ayrıca, FIES verilerinin analiz ve yorumlama kolaylığı, gerçek zamanlı ve hızlı sonuçlar sunulmasına ve karar vericiler ile kolayca paylaşılmasına olanak sağlamaktadır (FAO, 2013; Cafiero et al., 2014; FAO, 2018a).

Çizelge 1. FAO gıda güvencesi göstergeleri

Bulunabilirlik		**Erişilebilirlik**	
1.1	Günlük ortalama diyette enerji arzı yeterliliği (%)	2.1	Demiryolu hatlarının sıklığı (100 km² arazide)
1.2	Ortalama gıda üretimi (kişi başına, 2004-2006$)	2.2	Kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla (2011$)
1.3	Günlük diyetin enerji arzında hububatların, köklü ve yumrulu bitkilerin payı (%)	2.3	Yetersiz beslenme yaygınlığı (%)
		2.4	Şiddetli gıda güvencesizliği yaygınlığı (%)
1.4	Ortalama protein arzı (kişi başına, gr/gün)		
1.5	Ortalama hayvansal protein arzı (kişi başına, gr/gün)		
Kararlılık/İstikrar		**Kullanılabilirlik**	
3.1	Tahıllarda ithalata bağımlılık oranı	4.1	Temel içme suyu hizmetlerine erişim (%)
3.2	Sulanabilir arazi varlığı (%)	4.2	Güvenli içme suyu hizmetlerine erişim (%)
3.3	Toplam ihracat içinde gıda ithalatının değeri (%)	4.3	Temel sağlık hizmetlerine erişim (%)
3.4	Politik istikrar, şiddet ve terör (endeks)	4.4	Güvenli sağlık hizmetlerine erişim (%)
3.5	Kişi başına gıda üretimindeki kararsızlık (kişi başına, 2004-2006$)	4.5	5 yaşın altındaki çocuklarda düşük ağırlık (%)
		4.6	5 yaşın altındaki çocuklarda boy kısalığı (%)
3.6	Kişi başına gıda arzındaki kararsızlık (kişi başına, kcal/gün)	4.7	5 yaşın altındaki çocuklarda obezite (%)
		4.8	Erişkin nüfusta obezite yaygınlığı (%)
		4.9	Üreme çağındaki kadınlarda anemi yaygınlığı (%)
		4.10	0-5 aylık bebeklerde emzirme yaygınlığı (%)
	Diğer faydalı istatistikler		
A.1	Toplam nüfus	A.6	Alışılmış kalori tüketimi dağılımındaki değişim katsayısı
A.2	Yetersiz beslenen kişi sayısı	A.7	Alışılmış kalori tüketimi dağılımında çarpıklık
A.3	Şiddetli gıda güvencesiz insan sayısı	A.8	Perakende dağıtım seviyesinde kalori kayıplarının görülme sıklığı
A.4	Minimum diyet enerji ihtiyacı (kişi başına, kcal/gün)	A.9	Diyet enerji Kaynağı (DES) (kişi başına, kcal/gün)
A.5	Ortalama diyet enerji ihtiyacı (kişi başına, kcal/gün)	A.10	Ortalama yağ arzı (kişi başına, gr/gün)

Kaynak: FAO, 2018c.

FIES soruları, Çizelge 2'de sunulmuştur. Her soru, gıda güvencesinin farklı bir boyutuna atıf yapmakta, bireylerin veya hane halklarının farklı koşullarda gıda tedarik etme yeteneğini, diyet kalitesi ve gıda miktarından taviz verme derecesini ölçmektedir. Ölçekte 1,2 ve 3. sorular hafif, 4, 5 ve 6. sorular orta dereceli, 7 ve 8. sorular ise şiddetli (açlık boyutunda) gıda güvencesizliğine işaret etmektedir (FAO, 2013). Soruların cevapları evet (1) ve hayır (0) şeklinde kodlanmakta ve verilerin analizinde Ranch Model olarak bilinen tek parametreli lojistik model kullanılmaktadır (FAO, 2013; Cafiero et al., 2018). FIES, örneklem seçimi ve soruların kapsamı itibariyle yetişkinleri dikkate alması ve çocukların gıda güvencesizliği durumunu göz ardı etmesi nedeniyle eleştirilmektedir (Perez-Escamilla et al., 2017).

Çizelge 2. Gıda Güvencesizliği Deneyimi Ölçeği (FIES) Soruları

Son 12 ay boyunca, para veya başka kaynakların eksikliğinden dolayı _____ oldu mu?	
1. yeterli gıda bulamayabileceğiniz için kaygılandığınız	2. sağlıklı ve besleyici gıda yiyemediğiniz
3. sadece birkaç tür gıda yediğiniz	4. bir öğünü atlamak zorunda kaldığınız
5. yemeniz gerektiğini düşündüğünüzden daha az yediğiniz	6. hanenizdeki gıdaların tükendiği
7. karnınız aç olmasına rağmen yemek yemediğiniz	8. tam bir gün boyunca yemek yemediğiniz

SOFI 2018'de, yetersiz beslenen insan sayısı 821 milyon kişi, FIES'e dayanarak hazırlanan gıda güvencesizliği yaşayan insan sayısı ise 796.4 milyon kişi olarak açıklanmıştır. 2017 itibariyle PoU %10.9, FIsev ise %10.2 olarak gerçekleşmiştir. Buna göre, farklı verilere ve yaklaşımlara dayanan bu iki gösterge tutarlılık göstermekte, ülkeler için çapraz kontroller yapılmasına da olanak sağlamaktadır (FAO, 2018a).

Şiddetli gıda güvencesizliğinin en yaygın olduğu bölgeler Afrika (374.9 milyon) ve Asya (311.9 milyon) kıtalarıdır. Güney Amerika'da ve Afrika'nın birçok bölgesinde gıda güvencesinin durumu kötüleşmiş, Asya'da ise son yıllarda yaşanan iyileşme eğilimi yavaşlamıştır. 5 yaşın altındaki çocuklarda aşırı zayıflık, bodurluk ve fazla kiloluluk oranları sırasıyla %7.5, %22.7 ve %5.6'dır. Raporda, çocuklarda bodurluk, yetişkinlerde obezite gibi çeşitli göstergelerde gıda güvencesizliğin azaltılmasına yönelik sağlanan gelişmelerin oldukça yavaş olduğu belirtilmektedir.

Ayrıca, raporda iklim değişikliklerinin ve aşırılıklarının açlığa etkisi de tartışılmış, gerçekleştirilen analizlerde iklim değişikliğine maruz kalan ülkelerde gıda güvencesizliği sorunun daha yaygın olduğu belirlenmiştir. Açlık ve yetersiz beslenmenin önünde engel olan ve konuyla ilgili ilerlemeleri engelleyen kilit faktörlerin 'iklim değişikliği, savaşlar ve ekonomik darboğazlar' olduğu belirtilmiştir. Raporda, gıda güvencesi göstergelerine ek olarak, 2011-2016 yıllarında aşırı iklim olaylarına maruz kalan ülkeler ve bu ülkelerde yaşanan "aşırı olayların türü (yağış, kuraklık, sıcak hava dalgası, rüzgar), olayların gerçekleşme sıklığı, ekin büyüme sezonun erken/geç başlangıcı veya süresinin kısalması, tarımsal üretimin, verimin ve ithalatın iklime duyarlılığı ve gıda güvencesinin şiddetli kuraklığa duyarlılığı" göstergeleri de yayınlanmıştır.

Sıcaklık ve yağış değişimlerine karşı hassas tarımsal sistemlere bağımlı olan nüfusun yüksek olduğu ülkelerde tarımsal üretimin yaşadığı sorunlar, gıda açığına ve gıda enflasyonuna neden olmakta, gıda güvencesinin özellikle erişim boyutu itibariyle tehlike yaratmakta ve çiftçiler için gelir kayıplarına yol açmaktadır. Buna göre, gıda ve tarım sistemlerinin iklim değişikliğine adaptasyon sağlaması gerektiği belirtilmiş ve 2030 yılında ulaşılmak istenen sıfır açlık hedefinin gerçekleştirilmesine yönelik çalışmaların hızlandırılması ve yaygınlaştırılmasının zorunlu olduğu vurgulanmıştır (FAO, 2018a).

2.2 Küresel Gıda Güvencesi Endeksi (GFSI)

Küresel Gıda Güvencesi Endeksi (Global Food Security Index (GFSI)), 2012 yılında Economic Intelligence Unit (EIU) tarafından Dupont firması sponsorluğunda, 105 ülkede hesaplanmaya başlamıştır. EIU, endeksi "hem gelişmekte olan hem de gelişmiş ülkelerde gıda güvencesinin durumunu ölçen ve benzersiz göstergelerden oluşan, dinamik kantitatif ve kalitatif puanlama modeli" olarak tanımlamaktadır (EIU, 2018). Endeksin amacı, dünyadaki gıda sistemlerinin incelenerek gıda güvencesizliğinin temel nedenlerinin ve erişilebilirlik, bulunabilirlik, kalite ve güvenlik boyutları itibariyle gıda güvencesizliğinden etkilenebilirliği düşük ve yüksek olan ülkelerin belirlenmesidir. Endeksi diğerlerinden farklı kılan yönleri ise, gıda güvencesinin ölçülmesini açlıktan farklı bir şekilde ele alması, güvencesizliğin altında yatan faktörleri belirlemesi ve hükümetlerin politikalarını da gösterge olarak kabul etmesidir. Hükümetler, endeksi politikaların gözden geçirilmesi ve yatırımların belirlenmesi amacıyla, sivil toplum kuruluşları ve uluslararası örgütler ise odaklanılacak ülkelerin belirlenmesi için bir araştırma aracı olarak kullanmaktadır. Özel sektör ise, ülkelerdeki gıda tüketim trendlerini keşfetmek ve sosyal sorumluluk projelerini geliştirmek amacıyla endeksten yararlanmaktadır.

Endekste yer alan erişilebilirlik boyutu, tüketicilerin gıda satın alabilme gücünü, fiyat şokları karşısındaki savunmasızlıklarını ve ülkede şoklara karşı geliştirilen programların ve politikaların varlığını ölçmektedir. Bulunabilirlik ise, ülkelerin gıda arzını etkileyen faktörleri, arzın kesintiye uğrama riskini, gıda üretimini arttırma kapasitesini ve tarımsal üretimi arttırmaya yönelik araştırma faaliyetlerini konu almaktadır. Kalite ve güvenlik boyutu, günlük diyet çeşitliliğini, beslenme kalitesini ve gıda güvenliğini içermektedir. 2017 yılı itibariyle iklim değişikliği ve tükenen doğal kaynakların gıda güvencesine yönelik oluşturduğu tehditler göz önünde bulundurularak, endekse, "doğal kaynaklar ve uyum" boyutu da eklenmiştir. Bu boyutta, ülkelerin iklim değişikliğinin etkilerine maruz kalma riski, doğal kaynakların risklere karşı hassasiyeti, adaptasyon kapasitesi incelenmektedir. Doğal kaynaklar ve uyum boyutu, endeksin genel skoruna etki etmemekle birlikte, doğal kaynaklar ve iklim risklerinin gıda güvencesini nasıl etkilediğini göstermek amacıyla bir düzenleme faktörü olarak ele alınmaktadır.

Endeks puanının hesaplanmasında gıda güvencesinin üç boyutunun ağırlıklı ortalaması kullanılarak 0-100 aralığında bir değer elde edilmektedir. Endekste, 100-75 puan en iyi performans, 75-50 puan iyi performans, 50-25 puan orta performans ve 25-0 puan iyileştirilmesi gereken performans olarak değerlendirilmektedir. Boyutlarda yer alan göstergeler ve nihai puana etkileri, akademik camiadan, STK'lardan ve kamu sektöründen

uzmanlardan oluşan bir panelde belirlenmiştir. Kantitatif göstergeler, ulusal ve uluslararası istatistik kurumlarından alınmakta, kayıp veriler ise EIU tarafından tahmin edilmektedir. Kalitatif göstergeler ise kalkınma bankaları ve devletlerin web sitelerinden elde edilen verilere dayandırılarak EIU tarafından düzenlenmektedir. Göstergelerin hesaplanması için elde edilen verilerin kaynakları; Economist Intelligence Unit (EIU), World Bank (WB), International Monetary Fund (IMF), Food and Agriculture Organisation (FAO), UN Development Programme (UNDP), World Health Organisation (WHO), World Trade Organisation (WTO), Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD), Agricultural Science and Technology Indicators (ASTI), ND-GAIN, World Resources Institute (WRI)'dir.

Endekste kullanılan kalitatif göstergelerin bazıları; gıda güvenliği programlarının varlığı (0-4 aralığında), çiftçilerin finansmana erişimi (0-4 aralığında), tarımsal Ar-Ge ile ilgili kamu harcamaları (1=%0.00-%0.05, 9=%4.01-4.50)'dır. Ulusal beslenme rehberi, ulusal beslenme stratejisi, beslenmenin izlenmesi ve denetimi, gıda sağlığı ve güvenliğini sağlayan kurumların varlığı gibi kalitatif göstergeler ise var veya yok şeklinde ikili (binary) değişkenlerdir.

Endekste yer alan boyutlar ve boyutlara ait göstergeler ağırlıkları ile birlikte Çizelge 3'te verilmiştir. Buna göre, boyutların endekse etkileri sırasıyla bulunabilirlik (%44), erişilebilirlik (%40) ve kalite ve güvenlik (%16) şeklindedir. Toplam puana en fazla katkı sağlayan değişkenler arz yeterliliği (%10.3), gıda harcamalarının hanehalkı harcamaları içindeki payı (%8.9), kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla (%8.9) ve nüfus içinde küresel yoksulluk sınırı altında yaşayanların oranı (%8.1)'dır (Çizelge 3).

Çizelge 3. GFSI hesaplanmasında kullanılan göstergeler ve ağırlıkları

40.0	**1. Erişilebilirlik**	16.9	3.5. Gıda güvenliği
22.2	1.1. Gıda harcamalarının hanehalkı harcamaları içindeki payı	*32.1*	*3.5.1. Gıda sağlığı ve güvenliğini sağlayan kurumların varlığı*
20.2	1.2. Nüfus içinde küresel yoksulluk sınırı altında yaşayanların oranı	*42.9*	*3.5.2. İçme suyuna erişebilen nüfusun oranı*
22.2	1.3. Kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla	*25.0*	*3.5.3. Düzgün işleyen market sektörü*
10.1	1.4. Tarımsal ithalat tarifesi	**0.0**	**4. Doğal Kaynaklar ve Esneklik**
14.1	1.5. Gıda güvenliği ağı programlarının varlığı	21.8	4.1. Maruz Kalma / Risk
11.1	1.6. Çiftçilerin finansmana erişimi	*21.4*	*4.1.1. Sıcaklık artışı*
44.0	**2. Bulunabilirlik**	*19.6*	*4.1.2. Kuraklık*
23.4	2.1. Arz yeterliliği	*17.9*	*4.1.3. Seller*
73.3	*2.1.1. Ortalama gıda arzı*	*7.1*	*4.1.4. Şiddetli fırtınalar*
26.7	*2.1.2. Kronik gıda yardımlarına bağlılık*	*19.6*	*4.1.5. Deniz seviyesinde yükselme*
8.1	2.2. Tarımsal Ar-Ge ile ilgili kamu harcamaları	*14.3*	*4.1.6. Maruziyeti yönetme taahhüdü*
12.6	2.3. Tarımsal altyapı	14.5	4.2. Su
22.2	*2.3.1. Yeterli ekin depolama tesislerinin varlığı*	*80.0*	*4.2.1. Tarımsal su riski - miktar*
40.7	*2.3.2. Karayolları altyapısı*	*20.0*	*4.2.2. Tarımsal su riski - kalite*
37.0	*2.3.3. Liman altyapısı*	14.5	4.3. Toprak
13.5	2.4. Tarımsal üretimde dalgalanma	*60.0*	*4.3.1. Erozyon/Organik madde*
9.9	2.5. Politik istikrar riski	*20.0*	*4.3.2. Otlaklar*
9.9	2.6. Yolsuzluk	*20.0*	*4.3.3. Ormanlardaki değişim*
9.9	2.7. Kentlerin emme kapasitesi	12.7	4.4. Okyanuslar
12.6	2.8. Gıda kayıpları	*42.9*	*4.4.1. Ötrofikasyon ve hipoksiya*
16.0	**3. Kalite ve Güvenlik**	*42.9*	*4.4.2. Deniz biyoçeşitliliği*
20.3	3.1 Diyet çeşitliliği	*14.3*	*4.4.3. Deniz koruma alanları*
13.6	3.2. Beslenme standartları	10.9	4.5. Hassasiyet
34.6	*3.2.1. Ulusal beslenme rehberleri*	30.0	*4.5.1. Gıdada ithalata bağımlılık*
30.8	*3.2.2. Ulusal beslenme planı veya stratejisi*	20.0	*4.5.2. Doğal sermayeye bağımlılık*
34.6	*3.2.3. Beslenmenin izlenmesi ve denetimi*	50.0	*4.5.3. Afet risk yönetimi*
25.4	3.3. Mikro besinlerin bulunabilirliği	18.2	4.6. Adaptasyon Kapasitesi
33.3	*3.3.1. A vitamini bulunabilirliği*	50.0	*4.6.1. Erken uyarı sistemleri*
33.3	*3.3.2. Hayvansal demir bulunabilirliğini*	50.0	*4.6.2. Ulusal tarımsal risk yönetimi sistemi*
33.3	*3.3.3. Bitkisel demir bulunabilirliğini*	7.3	4.7. Demografik Baskılar
23.7	3.4. Protein kalitesi	*75.0*	*4.7.1. Nüfus artışı (2015-20)*
		25.0	*4.7.2. Kentleşme (2015-20)*

Kaynak: EIU, 2018

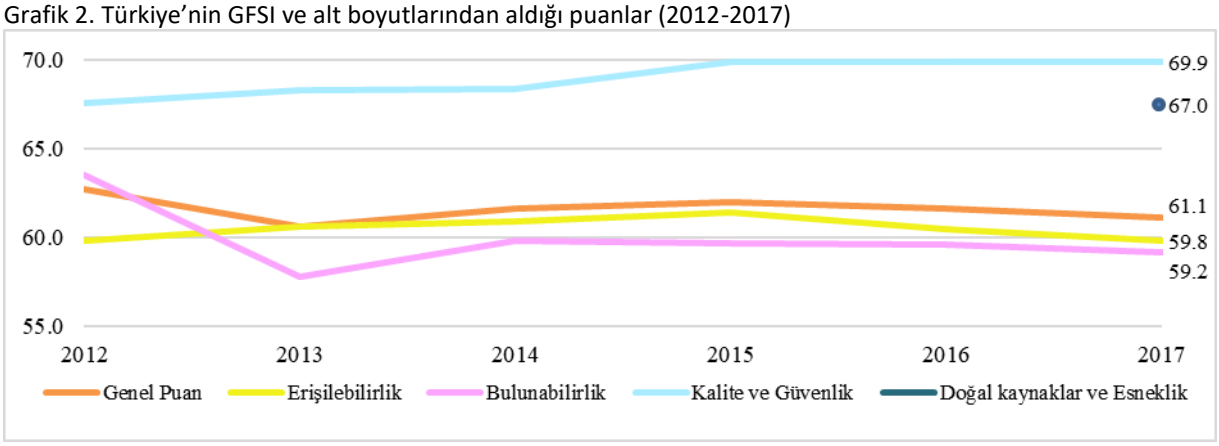
Hesaplanmaya başlamasından günümüze, endeksin coğrafi kapsamı da genişletilmiştir ve 2017 yılı raporu 113 ülkeyi kapsamaktadır. Rapora göre, 23 ülke 75'in üzerinde puan alarak yüksek performans göstermiştir ve listenin başındaki ülkeler İrlanda, ABD ve Birleşik Krallık 'tır. İrlanda'nın kişi başına 3600 kcal/gün kalori bulunabilirliği ve 61,882 $ geliri, gıda harcamalarının düşük payı (%9.7), tarımsal AR&GE harcamalarının yüksek olması gibi değişkenlerden aldığı yüksek puanlar, ülke puanın son yıllarda önemli düzeyde artmasına katkı sağlayarak 85.6 puanla birinci sıraya taşımıştır. GFSI'de en iyi ve iyi performans gösteren diğer ülkeler ise genellikle Avrupa ülkeleri, Asya Pasifik ülkeleri, Kanada, İsrail, gibi gelişmiş ülkelerdir. Buna ek olarak, Kuveyt, Umman, Katar, Birleşip Arap Emirlikleri (BAE) gibi yüksek gelirli Arap ülkelerinin de 70-75 aralığında puana sahip olması dikkati çekmektedir.

GFSI'nin genel puan sıralamasının aksine, endeks boyutlarındaki sıralamalar ise farklılık göstermektedir. Endekste birinci sırada yer alan İrlanda, erişilebilirlikte 5., bulunabilirlikte 2., kalite ve güvenlikte ise 9. sırada yer almaktadır. Erişilebilirlik boyutunda ilk sıralarda yer alan ülkeler Katar, Singapur, ABD ve BAE'dir. Katar ve BAE, yüksek kişi başına milli gelirleri, gıda harcamalarının düşük payı, düşük ithalat tarifeleri ile erişilebilirlik boyutunda ön plana çıkarken, bulunabilirlik boyutunda 63. ve 51. sıralarda yer almaktadır. Bulunabilirlik boyutunda ortalama gıda arzları yüksek, tarımsal altyapıları gelişmiş ve gıda kayıpları düşük olan Birleşik Krallık, İrlanda ve Almanya ilk sıralardadır. Kalite ve güvenlik boyutunda üst sıralarda yer alan ülkeler ise, Portekiz, Fransa ve ABD'dir ve bu ülkeler diyet çeşitliliği, gıda güvenliği ve beslenme standartları açısından yüksek puanlara sahiptir.

Doğal kaynaklar ve esneklik boyutunda ilk sıralarda yer alan ülkeler tarımla ilgili iklim değişikliği ve doğal kaynak yönetimine yönelik kapsamlı düzenlemelere sahip olan Avrupa ülkeleridir ve bölgenin ortalama puanı 76.3'tür. Bu boyuttaki en düşük puanlar ise 48.3 ile Körfez Arap Ülkeleri İşbirliği Konseyi'ne aittir.

Türkiye, 2012 yılı için hazırlanan raporda 36. sırada (63.7 puan), 2013 yılında 38. (62.9 puan), 2014 ve 2015'te 39. (63.8 ve 66 puan), 2016'da 45. (63.6 puan), ve 2017 yılında 49. (61.1 puan) sırada yer almıştır. Gıda güvencesinin farklı boyutları ve yıllar itibariyle Türkiye'nin aldığı puanlar Grafik 2'de verilmiştir. Buna göre, 2012-2017 periyodunda kalite ve güvenlik boyutundaki ilerlemeye rağmen, bulunabilirlik ve erişilebilirlik puanları azalmıştır.

Grafik 2. Türkiye'nin GFSI ve alt boyutlarından aldığı puanlar (2012-2017)



Kaynak: EIU, 2017 verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır. Not: Doğal kaynaklar ve esneklik boyutu sadece 2017 yılı için hesaplanmıştır.

Türkiye 2017 yılı itibariyle erişilebilirlikte 54., bulunabilirlikte 50., kalite ve güvenlikte ise 39. sırada yer almaktadır. Endekste Türkiye'nin puanına olumsuz etki eden ve zayıf yönleri olarak nitelendirilen bazı göstergeler tarımsal AR&GE harcamalarının düşük olması, ithalat tarifelerinin yüksek olması, politik istikrar riski ve yolsuzluk, gıda kayıpları ve hayvansal demir bulunabilirliğidir (EIU, 2017).

Doğal kaynaklar ve uyum boyutu bir düzenleme faktörü olarak ele alındığında, 67 puan alarak iyi performans sergileyen ülkeler arasında yer alan Türkiye'nin genel sıralaması iyileşerek 48. olarak gerçekleşmektedir. Türkiye, toprak (93.7) ve adaptasyon kapasitesi (91.7) alt boyutlarında erken uyarı ve ulusal tarımsal risk yönetimi sistemleri açısından yüksek puanlara sahiptir. Ancak, okyanuslar (39.1) ve su (44.4) alt boyutlarında aldığı puanlar tarımsal suyun miktar ve kalite açısından yüksek riskli olması nedeniyle düşüktür (EIU, 2017).

GFSI, gıda güvencesinin üç boyutunu da kapsamlı bir şekilde ele alması itibariyle oldukça güçlü bir göstergedir. Ancak, kararlılık veya istikrar boyutunu ele almaması dikkati çekmektedir. Ayrıca, üç farklı boyuta dahil edilen

değişkenlerin seçimi ile ilgili eleştiriler mevcuttur. Bu eleştiriler, endekste kullanılan değişkenlerin neden tercih edildiğinin teorik açıdan net olarak ortaya koyulmadığını ifade etmektedir. Örneğin, erişilebilirlik boyutu için kısa vadeli risklere karşı ulusal ve uluslararası fiyat aktarım mekanizmaları gibi herhangi bir gösterge bulunmamaktadır. Ayrıca, endeksin kalite ve güvenlik boyutunda sağlık hizmetleri ve sağlık sorunları gibi göstergeler göz ardı edilmiştir (Pangaribowo et al., 2013). Chen et al. (2018)'a göre, göstergelerin ağırlıklarının seçiminde ülkelerin ekonomik durumları ve coğrafi konumları da dikkate alınmalı ve optimal ağırlıklar belirlenmelidir. Örneğin, yüksek gelirli ülkelerde erişilebilirlik, Sahra Altı Afrika'da ise bulunabilirlik ön plana çıkmaktadır. Buna ek olarak, bazı göstergelerin EIU uzmanları tarafından puanlandırılması öznel değerlendirmelere neden olabilir (Perez-Escamilla et al., 2017). GFSI, gıda güvencesini etkileyen bir çok unsuru barındırması nedeniyle gıda politikalarının etkilerinin değerlendirilmesinde kullanılamamaktadır (Babu and Dorosh, 2013). Santeromo (2015) ise, endekste kayıp verilerin analizinde ve verilerin standardizasyonunda kullanılan yöntemlerin farklı sonuçlara neden olabileceğini, bu amaçlarla uygulanan istatistiksel yöntemlerin şeffaf olarak açıklanması gerektiğini belirtmektedir.

2.3 Küresel Açlık Endeksi (Global Hunger Index)

Küresel Açlık Endeksi (Global Hunger Index (GHI)), dünyada açlığın durumunu ülkeler ve bölgeler itibariyle kapsamlı bir şekilde ölçmek ve izlemek amacıyla 2006 yılında Uluslararası Gıda Politikaları Araştırma Enstitüsü (IFPRI) tarafından tasarlanmıştır ve her yıl yayınlanmaktadır. Endeks, açlığın azaltılmasında uygulanan yöntemlerin başarısını ve başarısızlığını ortaya koyarak açlığın sebeplerini, küresel eğilimleri ve açlığı azaltmaya yönelik uygulanması gereken eylemleri belirlemektedir. GHI'de kullanılan "açlık" terimi, şiddetli gıda güvencesizliğini temsil etmektedir (Jones et al., 2013).

GHI, 2006-2014 döneminde açlığı ağırlığı eşit olan (1/3) üç farklı boyutta ölçmektedir; yetersiz beslenme (undernourishment), çocuklarda düşük ağırlık (child underweight) ve çocuk ölüm oranı (child mortality). IFPRI, 2015 yılında gerçekleştirdiği revizyon ile metodolojik yeniliğe giderek çocuklarda düşük ağırlık boyutunu aşırı zayıflık (wasting) ve boy kısalığı/ bodurluk (stunting) olarak güncellemiştir. 2015 yılı itibariyle endeksin hesaplanmasında kullanılan göstergeler ve ağırlıkları Çizelge 4'te verilmiştir.

Endekste kullanılan göstergeler standardize edilerek ve Çizelge 4'te verilen ağırlıklarına göre endekse dahil edilerek her ülke için 0-100 aralığında puan elde edilmektedir. Endekste¬ açlığın şiddeti; 9.9 puan ve altı düşük, 10.0-19.9 puan orta, 20.0-34.9 puan ciddi, 35-49.9 puan endişe verici, 50 ve üzeri puan ise çok endişe verici olarak değerlendirilmektedir (IFPRI, 2015; Wiesmann et al. 2015). Gösterge verilerinin elde edildiği kaynaklar FAO, WHO, The United Nations Inter-agency Group for Child Mortality Estimation (IGME), World Bank, The United Nations Children's Fund (UNICEF)'tir. Hesaplamada kullanılan denklem aşağıdaki gibidir;

GHI = 1/3* (PUN/80*100) + 1/6* (CST/70*100) + 1/6* (CWA/30*100) + 1/3* (CM/35*100)

Çizelge 4. GHI hesaplanmasında kullanılan göstergeler ve ağırlıkları

Boyutlar	Göstergeler	Açıklama	Ağırlık	Dahil edilme nedeni
Yetersiz gıda arzı	Yetersiz beslenme (PUN)	Yetersiz beslenen, kalori alımı yetersiz olan nüfusun oranı	1/3	- Açlığın önemli bir göstergesi olan yetersiz gıda arzını ölçer. - Tüm nüfusu (çocuklar ve yetişkinler) kapsar. - Uluslararası açlık hedefleri için de önemli bir göstergedir.
Çocuklarda yetersiz beslenme	Aşırı zayıflık (CWA)	5 yaşın altındaki çocuklarda zayıflık oranı (boyuna göre kilosu düşük olan, şiddetli yetersiz beslenen)	1/6	- Kalori mevcudiyetinin ötesinde beslenme kalitesinin ve besin kullanımının özelliklerini de ele alır. - Özellikle çocuklar beslenme eksikliklerine karşı hassastır. - Gıdaların hanehalkı içinde eşitsiz dağılımını da ele alır. - Bunlar, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SDGs) için de önerilen göstergelerdir.
	Bodurluk (CST)	5 yaşın altındaki çocuklarda bodurluk (yaşına göre boyu kısa olan, kronik yetersiz beslenen)	1/6	
Çocuklarda ölüm oranı	5 yaş altında ölüm oranı (CM)	5 yaşın altındaki çocuklarda ölüm oranı (Yetersiz beslenme ve sağlıksız çevrenin ölüme yol açması)	1/3	- Ölüm, savunmasız çocuklar için açlığın en ciddi sonucudur. - Bu gösterge, endeksin mikro besin eksikliklerini yansıtma yeteneğini arttırır.

				- Zayıflık ve bodurluk, yetersiz beslenmenin ölüm riskini kısmen yakalar.

Kaynak: IFPRI, 2015

2006 yılında yayınlanan ilk rapor, 119 ülkeyi kapsamaktadır ve 1981, 1992, 1997, 2003 yıllarına ait GHI puanları hesaplanmıştır. Ayrıca, endüstrileşmiş ve gelişmiş ülkelerde açlık probleminin çözülmüş olması, hatta aşırı beslenmenin ve obezitenin daha önemli bir sorun haline gelmesi nedeniyle bu ülkeler (Amerika, Kanada, Yeni Zelanda, Avustralya, Avrupa ülkeleri, Güney Kore, Japonya gibi) endekse dahil edilmemektedir. Bölgeler arası farklar incelendiğinde en yüksek GHI puanlarının Güney Asya (30.9) ve Sahra Altı Afrika (29.4)'da olduğu dikkati çekmektedir. En iyi puanlara sahip bölgeler ise Latin Amerika ve Karayipler (8.4) ile Doğu Avrupa ve Bağımsız Devletler Topluluğu (7.8)'dur.

2017 raporu da 119 ülkeyi kapsamaktadır ve açlığın şiddetinin en düşük olduğu (5 ve altında puana sahip) 14 ülke bulunmaktadır. Bunlar; Belarus, Bosna-Hersek, Şile, Hırvatistan, Küba, Estonya, Kuveyt, Letonya, Litvanya, Karadağ, Slovakya, Türkiye ve Ukrayna'dır. 119 ülkenin 43'ünde 2017 GHI puanı düşüktür (10'un altında) ve 52'sinde ise hala ciddi düzeyde (20'nin üzerinde) gıda güvencesizliği problemi bulunmaktadır. Açlığın endişe verici ve çok endişe verici olduğu, endeks puanı en yüksek olan ülkeler ise Liberya, Sudan, Yemen, Zambia, Madagascar, Sierra Leone, Chad ve Orta Afrika Cumhuriyeti (OAC)'dir (IFPRI, 2017). Orta Afrika Cumhuriyeti'nde 2012'den beri yaşanan istikrarsızlık, mezhep çatışmaları ve iç savaş nedeniyle piyasalar ve geçim kaynakları bozulmuş ve gıda güvencesi zayıflamıştır (USAID, 2017).

GHI'nin boyutları açısından skorlar incelendiğinde, yetersiz beslenmenin en yaygın olduğu ülkeler Zambiya, Haiti ve OAC'dir ve bu ülkelerde nüfusun %45.9-%58.6'sı asgari kalori ihtiyacını karşılayamamaktadır. Bodurluğun %50 ve daha yüksek oran ile en yaygın olduğu ülkeler ise Doğu Timor, Eritre ve Burundi'dir. Aşırı zayıflık açısından en kötü durumdaki ülkeler Sri Lanka, Cibuti ve Güney Sudan'dır ve bu ülkelerde 5 yaşın altındaki çocukların %21.4-%27.3'ünün boyuna göre kilosu düşüktür. Beş yaş altı ölüm oranı Angola'da (%15.7), Çad'da (%13.9) ve Somali'de (%13.7) en yüksektir (IFPRI, 2017).

Türkiye, ilk yayınlanan GHI 2006'da 30. sırada, GHI 2007'de 20.sırada yer almıştır. 2008'den itibaren raporun 5 ve altı puana sahip ülkeleri genel sıralamaya dahil etmeden göstermeye başlamasıyla Türkiye 2008-2017 döneminde (2015 hariç, 5.1 puan) puanını korumuştur. Ayrıca Türkiye, 2009-2012 yılları arasında yayınlanan dört raporda da GHI puanını en fazla iyileştiren "winner" ülkeler arasında yer almıştır ve 2012'de GHI puanını 1990'a göre %74 iyileştirmeyi başarmıştır.

GHI'nin antropometrik (bodurluk, zayıflık gibi) ölçümlere dayanması nedeniyle verileri güvenilirdir ve hesaplanması kolaydır (Keskin ve Demirbaş, 2012; Dağdur, 2017). Ancak, GHI'nin hesaplanmasında kullanılan göstergelerin ağırlıklarının eşit alınmasının tartışmalı olduğunu ve göstergeler arasındaki güçlü ilişki nedeniyle tekrara düşülebileceğini ve çift hesaplamaya neden olabileceğini belirten eleştiriler bulunmaktadır (Masset, 2011). Buna ek olarak, aşırı zayıflığın yalnızca açlığın bir göstergesi olmadığı, aynı zamanda çeşitli hastalıklar, sağlıksız ev ortamı, annenin eğitim seviyesi, genetik faktörler, suya erişim veya yetersiz sağlık hizmetlerinden de kaynaklanabileceği ifade edilerek endeksin bu nedenle teknik açıdan kusurlu olabileceği de belirtilmiştir (de Haen et al., 2011; Jones et al., 2013; Aiga, 2015; Chand and Srivastava, 2017; Bühler et al., 2018). Frongillo (2013), zayıflığın ve kilo kaybının yalnızca gıda güvencesi ile ilgili olmadığını, aynı zamanda endişe, sıkıntı, ailenin durumu ve sosyal etkileşimlerden de etkilendiğini ortaya koymuştur. Aiga (2015)'e göre, endekste kullanılan göstergelerin tek sebebinin açlık olmaması nedeniyle, GHI puanının yalnızca %50'si gıda güvencesizliği ve açlıkla ilgili unsurlardan kaynaklanmaktadır. Jones et al. (2013) çocuk ölüm oranının, Bühler et al. (2018) ise bodurluğun gıda güvencesi ile ilgili olmayan bileşenler olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, endekste beş yaş altı çocuklara yer verilmesinin, nüfusun genelini temsil etmekte yetersiz kaldığı ve yetişkinlerin yeterince dikkate alınmamasına neden olduğu da ifade edilmektedir (de Haen et al., 2011; Aiga, 2015; Chand and Srivastava, 2017).

2.4 Hunger and Nutrition Commitment Index (HANCI)

HANCI, Institute of Development Studies' (IDS) tarafından Irish Aid sponsorluğunda hazırlanmıştır. IDS, açlığı ve yetersiz beslenmeyi küresel kalkınmanın önündeki en önemli zorluklar olarak tanımlamaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde var olan açlık ve yetersiz beslenme sorunları, ciddi derecede sosyal ve ekonomik etkilere sahip olmakla birlikte yoksulluğu azaltma çabalarını da engellemektedir. Bu ülkelerde bireyler gıda güvencelerini sağlamak adına tarımsal varlıklarını satmakta, ancak açlığa karşı savunmasızlıkları da artmaktadır. Açlığın ve yetersiz beslenmenin giderilmesi için siyasi irade sağlanmalı ve bu olgular siyasi öncelikler arasında yer

almalıdır. Bu nedenle, açlık ve yetersiz beslenmeye karşı mücadele için güçlü ve üst düzey politik taahhütler olması gerekmektedir (IDS, 2018).

Endeks, hükümetlerin açlığa veya yetersiz beslenmeye karşı uyguladığı politikaları, öncelikleri ve gelişmeleri ortaya koymak amacıyla tasarlanmıştır. Bu kapsamda 2012, 2013, 2014 ve 2017 yıllarında yayınlanmıştır ve 45 gelişmekte olan ülkenin performanslarını karşılaştırmakta ve sıralamaktadır. HANCI, beslenme taahhüdü ve açlığı azaltma taahhüdü olmak üzere ağırlıkları eşit olan iki alt endeksten ve yasal çerçeve, politikalar ve kamu harcamaları olmak üzere üç temadan oluşmaktadır. Endekste kullanılan göstergeler Çizelge 5'te sunulmuştur. Gösterge verilerinin elde edildiği kaynaklar WHO, UNICEF, IFAD, IFPRI, OECD, EIU ve FAO'dur.

Çizelge 5. HANCI hesaplanmasında kullanılan göstergeler ve ağırlıkları

Alt endeks	Tema	Gösterge	Ağırlık
Açlığı azaltma taahhüdü (HRCI) (1/2)	*Yasal Çerçeve (1/6)*	Gıda hakkının anayasada korunması	1/24
		Kadınların tarım arazilerine erişimi	1/24
		Sosyal güvencenin anayasada korunması	1/24
		Kadınların ekonomik haklardaki eşitliği	1/24
	Politikalar ve Programlar (1/6)	Tarım arazilerine erişim	1/24
		Tarımsal yayıma erişim	1/24
		Sivil kayıt sistemi	1/24
		Güvenlik ağlarının durumu	1/24
	Kamu harcamaları (1/6)	Tarım harcamalarının payı (%)	2/24
		Sağlık harcamalarının payı (%)	2/24
Beslenme taahhüdü (NCI) (1/2)	*Yasal Çerçeve (1/6)*	ICMBS*'e kanuni bağlılık	1/6
	Politikalar ve Programlar (1/6)	Çocuklar için A vitamini takviyesi	1/60
		Tamamlayıcı beslenme için hükümet teşviki	1/60
		Su kaynağına erişimi olan nüfusun oranı	1/60
		Sanitasyona erişimi olan nüfusun oranı	1/60
		Hamileler için sağlık hizmetleri	1/60
		Kalkınma politikasında beslenmenin varlığı	1/60
		Ulusal beslenme planı/stratejisinin varlığı	1/60
		Beslenme hedefleri (zaman kısıtı olan)	1/60
		Ulusal beslenme araştırmaları	1/60
	Kamu harcamaları (1/6)	Beslenme harcamaları	1/6

Kaynak: EDS, 2018, *ICMBS: Anne sütü yerine geçen ürünlerin pazarlanması ile ilgili uluslararası kural

Endeksin raporlanmasında ülkeler Borda kuralarına göre sıralanmakta ve yüksek, ortalama, düşük ve çok düşük taahhüt olmak üzere dört farklı kategoride değerlendirilmektedir. Endekse dahil olan her ülke için skor kartı hazırlanmakta, ülkelerin güçlü yönleri açıklanmakta ve iyileştirilmesi gereken alanlar için öneriler geliştirilmektedir. Ayrıca, ülkelerin performansı ve sıralaması her alt gösterge itibariyle de sunulmaktadır. Örneğin, 2017 raporunda birinci sırada olan Guatemala, NRCI ve HCI açısından ikinci sırada, tarımsal harcamaların payı açısından ise 40. sırada yer almaktadır. Endekste yüksek dereceye sahip 8 ülke bulunmaktadır; Brezilya, Peru, Güney Afrika, Filipinler, Nepal, Malawi, Madagaskar. 45 ülkeden 17'sinin çok düşük performans sergilemesi ise dikkati çekmektedir. En son sırada yer alan ülkeler Liberya, Gine-Bissau, Yemen ve Afganistan'dır.

HANCI, hükümetlerin ve yardım kuruluşlarının açlığı azaltma çabalarının izlenmesine ve önceliklerin belirlenmesine yardımcı bir araçtır (Lintelo, 2012), ancak diğer endekslerle karşılaştırıldığında, HANCI'nin coğrafi sınırlılığı dikkati çekmektedir (Pangaribowo et al., 2014).

3. SONUÇ

Bu çalışmada, yaygın olarak kullanılan gıda güvencesi hesaplama yöntemlerinin özellikleri, kullandığı metotlar ve göstergeler itibariyle açıklanmış, ayrıca, küresel gıda güvencesinde güncel durum ve gelişmeler ortaya koyulmuştur. Gıda güvencesi, tarım ve gıda üretiminde yaşanan gelişmelere rağmen, küresel açıdan güncel bir sorun olmaya devam etmekte ve konuyla ilgili tartışmalar sürmektedir. Nitekim, 2017 yılı itibariyle gıda güvencesizliği yaşayan insan sayısı 821 milyondur. Gıda güvencesizliği sorunun çözülmesi açısından önemli adımlardan biri de gıda güvencesinin doğru şekilde hesaplanması ve gerekli politikaların belirlenmesidir.

Kavramın çok boyutluluğu, küresel nüfus, ticaret ve tarımsal yapıdaki çeşitlilik ve politik farklılıklar gıda güvencesini tam olarak temsil eden ölçülebilir göstergelerin belirlenmesini ve standart bir ölçüt tanımlanmasını zorlaştırmaktadır. Bazı uluslararası kuruluşlar, konuyla ilgili bilgi eksikliğinin giderilmesi ve küresel ilerlemelerin izlenebilmesi amacıyla çeşitli endeksler geliştirmişlerdir. Yaygın olarak kullanılan ve genellikle yıllık olarak yayınlanan endeks ve göstergeler PoU, GFSI, GHI ve HANCI'dir. Endekslerin hesaplanmasında gıda güvencesinin farklı boyutlarını niteleyen değişkenler ve önem düzeylerine göre ağırlıkları belirlenmektedir. Endekslerin coğrafi kapsamı, sonuçların sunumu, veri kaynakları ve kullanılan istatistiki metotlar farklılık göstermektedir. Ayrıca, endeksler genellikle gıda güvencesinin bulunabilirlik ve erişilebilirlik boyutlarını temsil etmekte, kullanılabilirlik ve kararlılık boyutları ise ihmal edilmektedir. Gıda güvencesinin hesaplanması ile ilgili uluslararası çalışmaların artmasına rağmen, endekslerle ilgili tartışmalar sürmektedir ve gıda güvencesini tam olarak temsil eden yöntemin belirlenmesinde henüz fikir birliği sağlanamamıştır. Küresel gıda güvencesi ve beslenme hedeflerine ulaşılabilmesi ve açlığın ortadan kaldırılması için, gıda güvencesi hesaplama yöntemlerinin etkinliği ve geçerliliği arttırılmalıdır. Konuyla ilgili uluslararası işbirlikleri güçlendirilmeli ve farklı ülkelerde gıda güvencesizliğinin izlenmesi için kullanılabilecek ortak bir standart oluşturulmalıdır. Seçilen göstergeler, etkili politikaların hazırlanabilmesi açısından faydalı, kolay hesaplanabilir, anlaşılır ve izlenebilir olmalıdır. Politika yapıcılar, endekslerin değerlendirmelerini de göz önünde bulunduran, sonuç hedefli tarım politikaları ve stratejileri belirlemelidir.

KAYNAKÇA

Aiga, H. (2015). Hunger measurement complexity: is the Global Hunger Index reliable?. Public Health, 129, 1288-1290.

Babu, S. C., & Dorosh, P. (2013). Measuring food policy research capacity: Indicators and Typologies. Intl Food Policy Res Inst. Discussion Paper 01263, 44p.

Babu, S., Gajanan, S. N., & Sanyal, P. (2014). Food security, poverty and nutrition policy analysis: statistical methods and applications. Academic Press. 615p.

Barrett, C. B. (2010). Measuring food insecurity. Science, 327(5967), 825-828.

Berry, E. M., Dernini, S., Burlingame, B., Meybeck, A., & Conforti, P. (2015). Food security and sustainability: can one exist without the other?. Public health nutrition, 18(13), 2293-2302.

Bühler, D., Hartje, R., & Grote, U. (2018). Matching food security and malnutrition indicators: evidence from Southeast Asia. Agricultural Economics, 49(4), 481-495.

Cafiero, C. (2014). Advances in hunger measurement: traditional FAO methods and recent innovations. FAO ESS Working Paper No. 14-04, Rome, 25p.

Cafiero, C., Melgar-Quiñonez, H. R., Ballard, T. J., & Kepple, A. W. (2014). Validity and reliability of food security measures. Annals of the New York Academy of Sciences, 1331(1), 230-248.

Cafiero, C., Viviani, S., & Nord, M. (2018). Food security measurement in a global context: The food insecurity experience scale. Measurement, 116, 146-152.

Chand, R., Srivastava, S.K. (2017). A misleading hunger index, The Hindu, December 04, 2017.

Chen, P. C., Yu, M. M., Shih, J. C., Chang, C. C., & Hsu, S. H. (2019). A reassessment of the Global Food Security Index by using a hierarchical data envelopment analysis approach. European Journal of Operational Research. 272 (2), 687-698.

Coates, J. (2013). Build it back better: Deconstructing food security for improved measurement and action. Global Food Security, 2(3), 188-194.

Committee on World Food Security (CFS). (2017). Global Strategic Framework for Food Security and Nutrition (GSF), 34p.

Dağdur, E. (2017). Gıda Fiyatları Endeksinin Gıdanın Erişilebilirliğine Etkisi: Türkiye Örneği, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 67s.

De Haen, H., Klasen, S., & Qaim, M. (2011). What do we really know? Metrics for food insecurity and undernutrition. Food Policy, 36(6), 760-769.

Economic Intelligence Unit (EIU). (2017). Global Food Security Index 2017: Measuring Food Security and the Impact of Resource Risks, 54p.

Economic Intelligence Unit (EIU). (2018). https://foodsecurityindex.eiu.com/ (Erişim Tarihi: 18 Ağustos 2018)

FAO. (1996). World Food Summit, 13-17 November, Rome, Italy.

FAO. (2001). The State of Food Insecurity in the World, Rome, 58p.

FAO. (2012). The State of Food Insecurity in the World, Rome, 62p.

FAO. (2013). The Food Insecurity Experience Scale, Development of a Global Standard for Monitoring Hunger Worldwide, FAO Technical Paper Version 1.1, Rome, 51p.

FAO. (2014). Refinements to the FAO Methodology for estimating the Prevalence of Undernourishment Indicator, ESS Working Paper, No. 14-05, Rome, 35p.

FAO. (2018a). The State of Food Security and Nutrition in the World, Rome, 181p.

FAO. (2018b). Food security methodology, http://www.fao.org/economic/ess/ess-fs/fs methods/fs-methods1/en/ (Accessed August 29, 2018).

FAO. (2018c). Food security indicators, http://www.fao.org/economic/ess/ess-fs/ess-fadata/en/ (Accessed September 17, 2018).

Hassan, A. (2017). Food Security and Child Malnutrition: The Impact on Health, Growth, and Well-being. Apple Academic Press. 267p.

Hendriks, S. L. (2015). The food security continuum: a novel tool for understanding food insecurity as a range of experiences. Food Security, 7, 609–619.

Institute of Development Studies (IDS). (2018). HANCI - Global 2017 www.hancindex. org/the-index/resources (Accessed August 12, 2018).

International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies. (2006). How to conduct a food security assessment, Geneva 19, Switzerland, 71p.

International Food Policy Research Institute (IFPRI). (2015). Global Hunger Index: Armed Conflict and the Challenge of Hunger, 42p.

International Food Policy Research Institute (IFPRI). (2017). Global Hunger Index: 2017, The Inequalities of Hunger, 46p.

Jones, A. D., Ngure, F. M., Pelto, G., & Young, S. L. (2013). What are we assessing when we measure food security? A compendium and review of current metrics. Advances in Nutrition, 4(5), 481-505.

Keskin, B., Demirbaş, N. (2012). Gıda güvencesi ve hesaplama yöntemleri üzerine bir değerlendirme: kısıtlar ve öneriler, 10. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 5-7 Eylül 2012, Konya, 900-908s.

Koç, G., Uzmay, A. (2015). Gıda güvencesi ve gıda güvenliği: kavramsal çerçeve, gelişmeler ve Türkiye, Tarım Ekonomisi Dergisi, 21(1): 39-48.

Leroy, J. L., Ruel, M., Frongillo, E. A., Harris, J., & Ballard, T. J. (2015). Measuring the food access dimension of food security: A critical review and mapping of indicators. Food and nutrition bulletin, 36(2), 167-195.

Lintelo, D. J. (2012). Measuring Political Commitment to Reducing Hunger and Under-nutrition: Can it be Done and Will it Help?. IDS Bulletin, 43(S1): 65-73.

Masset, E. (2011). A review of hunger indices and methods to monitor country commitment to fighting hunger. Food Policy, 36: (S1), 102-108.

Maxwell, D., Coates, J., & Vaitla, B. (2013). How do different indicators of household food security compare? Empirical evidence from Tigray. Feinstein International Centre. Tufts University, 23p.

Nathalie, D., C. (2012). A comparative overview of commonly used food security indicators, case study in the Limpopo, Province, South Africa. Universiteit Gent, Faculty of Bioscience Engineering, Master's dissertation, 75p.

Pangaribowo, E. H., Gerber, N., & Torero, M. (2013). Food and nutrition security indicators: A review, ZEF Working Paper Series, No. 108, University of Bonn, Center for Development Research (ZEF), Bonn, 50p.

Peng, W., Berry, E., M. (2018). The Concept of Food Security, Reference Module in Food Science, Elsevier Publishing, 7p.

Pérez-Escamilla, R., Gubert, M. B., Rogers, B., & Hromi-Fiedler, A. (2017). Food security measurement and governance: Assessment of the usefulness of diverse food insecurity indicators for policy makers. Global Food Security, 14, 96-104.

Renzaho, A. M., & Mellor, D. (2010). Food security measurement in cultural pluralism: Missing the point or conceptual misunderstanding?. Nutrition, 26(1), 1-9.

Santeramo , F., G. (2015) On the Composite Indicators for Food Security: Decisions Matter!, Food Reviews International, 31:1, 63-73.

Sen, A. (1981). Poverty and famines: an essay on entitlement and deprivation. Oxford University Press. 257p.

Smith, M. D., Rabbitt, M. P., & Coleman-Jensen, A. (2017). Who are the world's food insecure? New evidence from the Food and Agriculture Organization's food insecurity experience scale. World Development, 93, 402-412.

The United States Agency for International Development (USAID). 2017. "Central African Republic—Complex Emergency Fact Sheet 4. https://www.usaid.gov/sites/default/files/ documents/1866/car_ce_fs04_06-02-2017.pdf (Accessed August 10, 2018).

Upton, J. B., Cissé, J. D., & Barrett, C. B. (2016). Food security as resilience: reconciling definition and measurement. Agricultural Economics, 47, 135-147.

Uzmay A., Yercan M., Doğan, Z.A. (2015). Assessment of food security in the world and Turkey, Works of the Faculty of Agriculture and Food Sciences, University of Sarajevo, 61, 66/1, 458-462.

Vaitla, B., Coates, J., Glaeser, L., Hillbruner, C., Biswal, P., & Maxwell, D. (2017). The measurement of household food security: Correlation and latent variable analysis of alternative indicators in a large multi-country dataset. Food Policy, 68, 193-205.

Webb, P., Coates, J., Frongillo, E. A., Rogers, B. L., Swindale, A., & Bilinsky, P. (2006). Measuring household food insecurity: why it's so important and yet so difficult to do. The Journal of nutrition, 136(5), 1404-1408.

World Food Programme (WFP). (2017). Food and Nutrition Security Measurement- A field experience, The European Commission and the International Food Policy Research Institute (IFPRI) Conference on Quantitative methods for Integrated Food and Nutrition Security Measurement, 15-17 November, Brussel.

Wiesmann, D., Biesalski, H., von Grebmer, K., & Bernstein, J. (2015). Methodological Review and Revision of the Global Hunger Index. ZEF Working Paper 139, University of Bonn, Center for Development Research (ZEF), Bonn, 32p.

Wineman, A. (2016). Multidimensional household food security measurement in rural Zambia. Agrekon, 55(3), 278-301.

Birleşmiş Milletler Gıda Ve Tarım Örgütü İle Türkiye Arasındaki İlişkilerin Değerlendirilmesi

Hasan ARISOY[1] **Süheyla AĞIZAN[2]***

[1]Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Konya, arisoy@selcuk.edu.tr

[2]Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Konya, agizansuheyla@gmail.com

*Sorumlu yazar: agizansuheyla@gmail.com

Özet: Uluslararası tarımsal örgütler, dünyadaki gıda güvenliğini sağlamak, açlığı yok etmek, beslenme şartlarını iyileştirmek ve tarımsal sürdürülebilirliği sağlamak gibi temel hedeflere ulaşılması için kurulmuştur. Bu örgütlerin başında, 1945 yılında kurulan Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) gelmektedir. FAO, dünyadaki gıda ve tarımla ilgili çalışmaları organize eden etkin bir örgüttür. Türkiye, 1948 yılından beri FAO üyesi bir ülkedir. FAO ile Türkiye arasındaki bu uzun dönemli ilişkileri değerlendiren bilimsel çalışmalar son derece yetersizdir. Bu çalışma ile FAO'nun işleyişi ve faaliyetleri yanında Türkiye ile olan işbirliği değerlendirilmiştir. Özellikle FAO ile Türkiye arasında Ortaklık Programının yürürlüğe girmesiyle FAO-Türkiye ilişkileri daha da güçlenmiştir ve ulusal, bölgesel ve çok uluslu olmak üzere toplam 28 proje hayata geçirilmiştir. Bu projelerin %41'i bölgesel, %39'u çok uluslu ve %20'si ulusaldır. Türkiye FAO'nun geniş kapsamlı yardımlarından yararlanmış ve aynı zamanda FAO faaliyetlerine, özellikle alt bölgelere vazgeçilmez teknik ve mali destek sağlayan aktif bir kaynak ortağı olmuştur. FAO'nun Avrupa ve Orta Asya bölgesindeki saha programı, ülkelere piyasa ekonomilerine geçerken ve kırsal kesimlerini yeniden canlandırırken yardım etmeye odaklanmaktadır. Bu bağlamda FAO-Türkiye arasındaki işbirliğinin gelişmesi, bölgesel kalkınmayı da hızlandıracaktır.

Anahtar kelimeler: FAO, Türkiye, Kalkınma, Sürdürülebilir Tarım

Abstract: International agricultural organizations have been established to achieve the basic objectives of providing food safety in the world, eliminating hunger, improving nutritional conditions and ensuring agricultural sustainability. The leading of these organizations is the Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) which was established in 1945. FAO is an efficient organization that organizes activities about food and agriculture around the world. Turkey is a member of the FAO since 1948. Scientific studies assessing the long-term relationship between FAO and Turkey are extremely inadequate. In this study, FAO's operations and activities and cooperation with Turkey were evaluated. In particular, associated with becoming valid Partnership Program between the FAO and Turkey and has been further strengthened with the enactment of the FAO-Turkey relations and national, regional and multinational 28 projects have been actualized. 41% of these projects are regional, 39% are multinational and 20% are national. Turkey have benefited from FAO's extensive charity and also FAO activities, has been an indispensable source partner providing technical and financial support especially for the sub-region. The field program of FAO in Europe and Central Asia region focuses on helping countries move to market economies and to revitalize their rural areas. In this context, the improvement of cooperation between FAO and Turkey will accelerate regional development.

Key words: FAO, Turkey, Development, Sustainable Agriculture

1. GİRİŞ

Dünya nüfus varlığının her geçen gün artması ile birlikte besin ihtiyaçları da artmaktadır. Artan ihtiyaçların karşılanması için yapılan çalışmalara rağmen dünyadaki aç insan sayısı 2017 yılında 821 milyon kişidir. Bunların çoğunluğu çatışma, şiddet ve kırılganlıkla mücadele eden ülkelerde yaşamaktadır. Kısmen nüfus büyüklüğüne bağlı olarak, yetersiz beslenen insanların sayısının en büyük olduğu yer Asya'dır. 515 milyon kişi Asya'da ve 256,5 milyon kişi Afrika'da yer almaktadır. Ayrıca 5 yaşından küçük çocukların 150,8 milyonu yaşa göre boy kısalığı durumundan, 50,5 milyonu boya göre düşük kiloluluk durumundan ve 38,3 milyonu boya göre fazla kiloluluk durumundan mustariplerdir(Unicef, 2018). Bu nedenle insanların yeterince kaliteli yiyeceklere düzenli olarak erişebilmelerini sağlama çabalarına destek olunması gerekmektedir. Dünyadaki gıda güvenliğini ve iyi beslenmeyi teşvik eden politikaları ve politik taahhütleri destekleyerek, açlık ve yetersiz beslenme sorunları ve çözümleriyle ilgili güncel bilgilerin erişilebilir olması ve bu bilgileri sağlayacak organizasyonların kurulması oldukça önemlidir.

Dünya'da ve Türkiye'de tarımsal organizasyonların yapısı ve işleyişleri farklılık göstermekle birlikte, uluslararası tarım örgütlerinin kurulması ve faaliyetlerini devam ettirmeleri tarımda sürdürülebilirliğin sağlanmasına önemli katkı yapmaktadır. Dünya'daki yoksulların önemli bir kısmı tarım sektöründe faaliyet göstermekte ve kırsal alanlarda yaşamaktadırlar. Bu nedenle tarımsal kalkınmadaki önemli küresel eğilimlerin ve ülkelerin

karşılaştıkları zorlukların getirdiği talepleri karşılamak için ve müdahale edilmesi gereken en önemli önceliklerin belirlenmesi için organizasyonların kurulması önemlidir.

Tüm dünyada gıda güvenliği ve gıda zincirindeki tüm aşamalarda gıda kalitesini iyileştirmek amacıyla tarımsal organizasyonlar kurulmaktadır. Bu organizasyonların öncelikleri arasında;

- Doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımını sağlamak,
- İklim değişikliği etkileri konusunda farkındalık yaratmak,
- Çiftçi örgütlerini güçlendirmek,
- Eğitim programlarını geliştirmek,
- Daha etkin karar almak için ulusal ve uluslararası tarımsal verilerin geliştirilmesine teknik yardım sağlayarak kurumsal kapasiteyi arttırmak yer almaktadır.

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarımsal üretimde besin düzeylerini yükseltmek, tarımsal üretkenliği artırmak, kırsal nüfusun yaşamını iyileştirmek ve dünya ekonomisinin büyümesine katkıda bulunmak suretiyle güvenli gıdaları dünyaya ulaştırma görevini etkin bir şekilde desteklemek amacıyla kurulmuştur. Bu çalışma kapsamında FAO'nun işleyişleri, amaçları, Türkiye ile olan ortak programlar ile desteklemeler hakkında istatistikler yardımıyla önemi ortaya konulmuştur.

2. MATERYAL VE METOT

Çalışma kapsamında ikincil verilerden yararlanılmış olup tarımsal üretimde organizasyonlar ile ilgili literatür araştırmaları yapılmıştır. Ayrıca FAO ile ilgili internet kaynakları taranmış ve FAO-Türkiye işbirliği ile ilgili istatistiklere ulaşılarak FAO'nun destekleri hakkında bilgiler sunulmuştur.

3. TARTIŞMA

Gıda güvenliği sorununu gelişmişlik düzeyi fark etmeksizin her ülke yaşamaktadır. Gelişmiş ülkelerde bu sorun daha az hissedilirken, gelişmekte olan veya gelişmemiş ülkelerde daha büyük bir sorun olarak değerlendirilmektedir.

Dünya nüfusunun 2050 yılında 9,8 milyara ulaşacağı tahmin edilmektedir (FAO, 2018b). Tarım sektörü dünyanın en yüksek nüfus artışına sahip sektörlerinden biridir. Tarımda verimliliğin sağlanması yoksulluğun azaltılmasında ve gıda güvenliğinin sağlanmasında etkili araçlardan biridir. Dünyadaki yoksulların önemli bir kısmı kırsal alanlarda yaşamakta ve tarım sektöründe faaliyet göstermektedirler. Bu nedenle geçmişte dünyada kırsal alanlarda kalkınmanın sağlanması amacıyla uluslararası bir örgüt ihtiyacı oluşmuştur. Bu ihtiyacı karşılamak amacıyla kurulan FAO kırsal yoksulluğun azaltılmasında önemli bir misyon sahiplenmiş ve kurulduğu günden bugüne kadar pek çok kişi yoksulluktan kurtulmuştur. 2017 Dünya Kalkınma Göstergeleri Raporu'na göre aşırı yoksulluk sınırı günde 1,90 $ olarak belirlenmiş olup 1990 yılında dünyada 1,8 milyar insan aşırı yoksulluk içinde yaşarken 2013 yılında 766 milyona düşmüştür. Yani 1990 yılında dünya nüfusunun %34,8'i aşırı yoksulluk sınırında yer alırken bu oran 2013 yılında %10,7'ye düşmüştür (World Development Indicators, 2018).

Güvenli, sağlıklı ve yeterli beslenme az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin sorunu olmaktan çıkmış küresel sorun haline gelmiştir. Bu sorun küresel anlamda bazı adımlar atılmasının gerekliliğini ortaya koymuştur. Bu nedenle FAO'nun etki alanlarının arttırılması gerekmektedir. Bu çerçevede FAO'nun en önemli amaçları; insanların hayat standartlarını ve beslenme düzeylerini yükseltmek, açlığı önlemek, gıda ve tarım ürünlerinin üretimi ile dağılımını geliştirmek ve kırsal nüfusun yaşam koşullarını iyileştirmektir.

FAO gıda, tarım ve doğal kaynaklar konularında kritik öneme sahip bilgiler oluşturarak bu bilgilerin paylaşımını yapmaktadır. Bilgileri somut eylemlere dönüştürme noktasında; ulusal, bölgesel ve küresel girişimler arasında bağ sağlamakta ve gıda güvenliğine ve kırsal kalkınmaya ilişkin hükümetler-sivil toplum-özel sektör arasında işbirliğini kolaylaştırmaktadır.

FAO'nun odaklandığı bir diğer konu ise; stratejik hedeflerin hayata geçirilmesinde karşılaşılan yönetim sorunlarıdır. Farklı çıkar sahipleri arasında etkin bir koordinasyonun sağlanmasında daha yetkin ve esnek yönetim mekanizmalarının oluşturulması gerekmektedir. Bu amaçla FAO, küresel yönetim zorluklarını ele almakta ve stratejik hedeflerin gerçekleştirilmesinde küresel yönetişimin güçlendirilmesine katkı sağlamaktadır. Bu amaçlara göre FAO'nun Avrupa ve Orta Asya bölgesindeki saha programı, ülkelere piyasa ekonomilerine geçerken ve kırsal kesimlerini yeniden canlandırırken yardım etmeye odaklanmaktadır. Bu amaca yönelik olarak

kurulan FAO-Türkiye ortaklığı ile işbirliği gelişiminin artırılması hedeflenmektedir. Türkiye FAO'nun geniş kapsamlı yardımlarından yararlanmış ve aynı zamanda FAO faaliyetlerine, özellikle alt bölgelere vazgeçilmez teknik ve mali destek sağlayan aktif bir kaynak ortağıdır.

FAO'nun Türkiye ile olan işbirliğinin üç önceliği vardır. Bunlar;

- Gıda zincirindeki tüm aşamalarda gıda kalitesini ve güvenliğini iyileştirmek,
- Doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı ve iklim değişikliği etkileri konusunda farkındalık yaratmak,
- Çiftçi örgütlerini güçlendirmek, kurumlar için eğitim programları geliştirmek ve daha etkin karar alma için ulusal ve uluslararası tarımsal verilerin geliştirilmesine teknik yardım sağlayarak kurumsal kapasite artırımını sağlamaktır.

FAO-Türkiye Ortaklık Programı (FTPP)'nın yürürlüğe girmesiyle FAO-Türkiye ilişkileri daha fazla güçlenmiştir. FAO-Türkiye Ortaklık Programı ve FAO-Türkiye Ormancılık Programı aracılığıyla işbirliği gelişmiştir. Programların hedefi; Orta Asya ülkeleri ve ötesinde gıda güvenliği ve kırsal yoksulluğu azaltmak, sürdürülebilir orman yönetimi ve ağaç kaynakları alanlarında finansal ve işlevsel çerçeve içinde aktif bir işbirliği sağlamaktır. Ayrıca anlaşma ile FAO'nun ilgili konulardaki uzmanlığı ve hizmetlerinin ülke ve alt bölgeye ulaşımı geliştirilmiş, kolaylaştırılmıştır.

Anlaşmanın uyarınca, FAO ve T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı arasında bir "Yönlendirme Komitesi" kurulmuş olup, komite her yıl mayıs ayında toplanmaktadır. Bu kapsamda uygulanacak projelerin kabul, uygulanma, değerlendirme kriterlerini belirleyen FAO-Türkiye Ortaklık Programı (FTPP) İşlevsel Çerçevesi oluşturulmuştur.

FTPP kapsamında alt bölgenin gereksinimleri için, 2009-2011 yılları arasında gerçekleştirilen Yönlendirme Komitesi toplantılarında 10 ulusal, 8 bölgesel ve 10 çok uluslu olmak üzere toplam 28 proje hayata geçirilmiştir (Anonim, 2016).

Projelerin uygulama sürecinin izlenmesi ve bilgi edinilmesi amacıyla T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı ilgili birimleri ve FAO arasında, 3 aylık dönemler halinde "Proje İzleme ve Değerlendirme Toplantıları" düzenlenmektedir (Anonim, 2016).

"Ev Sahibi Ülke Anlaşması"nın bazı maddelerine değişiklik getiren ve FAO-SEC'in güçlendirilmesine yönelik "Tamamlayıcı Anlaşma" ile FAO-Türkiye Ortaklık Programı (FTPP)'nın II. Dönemini oluşturan ek "Ormancılık Alanında İşbirliği Programı (FTFP) Anlaşması'' 04 Haziran 2014 tarihinde Ankara'da imzalanmıştır(Anonim, 2018c). 2015-2019 arasındaki beş yıllık dönemi kapsayan programa Bakanlık yıllık 2 milyon dolar güvence fonuyla katkıda bulunmaktadır (Anonim, 2018d).

Bu anlaşma kapsamında, Orman ve Su İşleri Bakanlığı, ormancılık faaliyetlerinin geliştirilmesi, erozyonla ve çölleşmeyle mücadele konularında gerçekleştirilecek yerel ve bölgesel projeler için FTFP'ye 5 yıl için 10 milyon $ katkı yapacaktır. FTFP'nin de yürürlüğe girmesiyle, Türkiye iki programa önümüzdeki 5 yıl için, toplam 20 milyon$ katkı sağlayacaktır (Anonim, 2016).

Türkiye FAO bünyesindeki çoğu komitede üye olarak yer almakta ve birçok uluslararası, bölgesel komisyon ile anlaşmaya da taraftır. Bunlardan bazıları;

- Konferans Komitesi Bağımsız Dış Değerlendirme Çalışmalarının Takibi Çerçevesinde 3. Çalışma Grubu üyeliği
- Konsey üyeliği (2008-2010)
- Gıda Güvenliği Komitesi (CFS) Başkan yardımcılığı (2008 - 2009)
- Ormancılık Komitesi (COFO) Başkan Yardımcılığı (2009 – 2010)
- Tarım Komitesi (COAG) Başkanlığı (2009-2010)
- Tarım Emtia Sorunları Komitesi (CCP) Başkan Yardımcılığı (2009-2010)
- 139. Konsey Toplantısı Başkan Yardımcılığı (2010)
- Avrupa Tarım Komisyonu (ECA) İcra Kurulu Üyeliği (2009 – 2012)
- 36. FAO Konferansı 1. Komisyon Başkan Yardımcılığı (2009)

şeklinde sıralanabilir(Anonim, 2018a).

Türkiye yakın zamana kadar FAO'nun teknik kapasitesinden faydalanırken, son dönemlerde finansman ve işbirliği bakımından örgüte katkılarda bulunmaktadır. Türkiye FAO'ya üyelik aidatı haricinde değişik projelerine de katkı sağlamaktadır. Türkiye "Ortaklık Programı"na 5 yıl süre ile 10 milyon ABD $ finansman katkısı

sağlamıştır. Ayrıca FAO Orta Asya Alt Bölge Ofisi (FAO-SEC) giderleri için yıllık 300.000 ABD $ katkı sağlamaktadır(Anonim, 2018b).

Tablo 1'e göre Teknik İşbirliği Programı kapsamında FAO'dan Türkiye'ye toplam 956.000 $ destek sağlanması düşünülmüştür. Desteklerin bir kısmı kullanılmış olup süresi bitmeyen programlarda vardır. Desteğin %48'i "Osmaniye Kampındaki Suriyeli Mültecilere Mahsul Üretimini Desteklemek İçin Acil Yardım" programı kapsamında verilmiştir. Bu program 2017-2019 yıllarını kapsamaktadır.

Tablo 6. Türkiye'de FAO Projeleri (Teknik İşbirliği Programı)

Program Adı	Yıl	Bütçe
TCPF: SDG'lerin Uyumlaştırılmasında Ve Uygulanmasında GTHB'ye Destek	2018	53.000 $
Osmaniye Kampındaki Suriyeli Mültecilere Mahsul Üretimini Desteklemek İçin Acil Yardım	2017-2019	460.000 $
Tarımsal Yayım Ve Danışmanlık Hizmetlerinin Güçlendirilmesi	2017-2019	280.000 $
Küresel Toprak Ortaklığı Kapsamında Tarımsal Altyapı Hizmetlerinin Güçlendirilmesi	2017-2019	163.000 $

Kaynak: FAO, 2018a

Tablo 2'de FAO'nun Türkiye'ye güven fonları kapsamında sağladığı destekler verilmiştir. Tabloya göre toplamda 12.342.788 $ destek sağlanmıştır. Güven fonlarının %46,6'sı "Sürdürülebilir Arazi Yönetimi ve İklim Dostu Tarım" projesine ait olup proje 2015-2018 yıllarını kapsamaktadır. Güven fonları kapsamında yer alan "Türkiye'nin Bozkır Ekosistemlerinin Korunması ve Sürdürülebilir Yönetimi" projesinin süresi henüz tamamlanmamıştır.

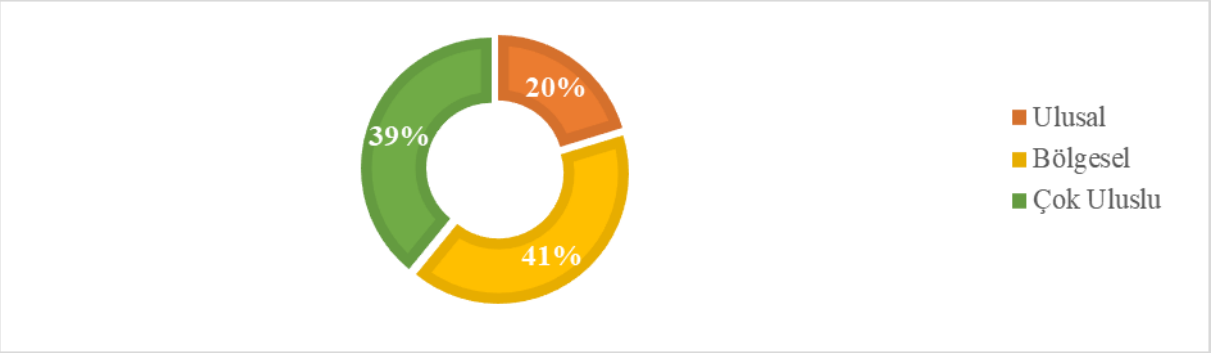
Tablo 7. Türkiye'de FAO Projeleri (Güven Fonları)

Program Adı	Yıl	Bütçe
Suriyeli Mültecilerin ve Ev Sahibi Toplulukların Geçim Fırsatlarını Genişletmek İçin Tarımsal Bilgilerinin Geliştirilmesi (Faz II)	2018	1.000.000 $
Bozkır Ekosisteminde İklim Değişikliğine Ekosisteme Dayalı Uyum (EBA) İçin Tarımsal Etkiler	2016-2018	3.164.021 $
Türkiye'nin Bozkır Ekosistemlerinin Korunması ve Sürdürülebilir Yönetimi (FSP)	2017-2021	2.328.767 $
LDN Yaklaşımı (PPG) Göstererek Arazi Bozulması Tarafsızlığına (LDN) Hedef Ayarına Katkı Sağlamak	2017-2018	100.000 $
Sürdürülebilir Arazi Yönetimi ve İklim Dostu Tarım (FSP)	2015-2018	5.750.000 $

Kaynak: FAO, 2018a

FTPP kapsamında alt bölgenin gereksinimleri için 2009-2011 yılları arasında toplam 28 proje hayata geçirilmiştir. Şekil 1'e göre gerçekleştirilen projelerin %41'i bölgesel, %39'u çok uluslu ve %20'si ulusaldır.

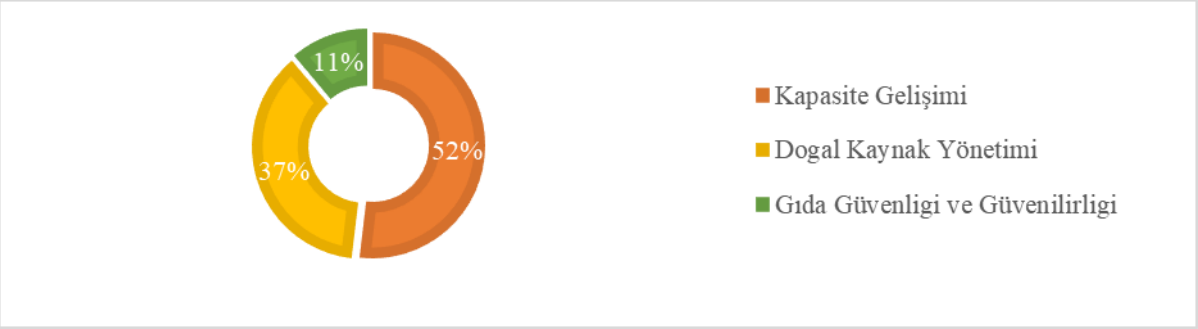
Şekil 1. Ülke Katılımlarına Göre İlk Yönlendirme Komitesi Toplantısından İtibaren Projelerin Dağılımı



Kaynak: FAO Türkiye Ortaklık Programı

Şekil 2'de projelerin tematik olarak bütçe dağılımları ele alınmıştır. 2009 yılından itibaren desteklenen projelerin %52'si kapasite gelişimi ile ilgili, %37'si doğal kaynak yönetimi ile ilgili ve %11'i gıda güvenliği ve güvenilirliği ile ilgilidir.

Şekil 2. 2009 Yılından İtibaren Tematik Alanlarla İlgili Onaylanmış Bütçelerin Dağılımı



Kaynak: FAO Türkiye Ortaklık Programı

Tablo 3'e göre FAO tarafından Bölgesel Projeler kapsamında desteklenen projelerin toplam bütçeleri 4.100.000 $'dır. En fazla destek miktarı "Orta Asya Balıkçılık ve Su Ürünlerini Geliştirme Bölgesel Programı" kapsamında verilmiş olup toplam bütçe içerindeki payı %44 civarındadır.

Tablo 8. Bölgesel Projeler ve Bütçeleri

Proje	Faydalanıcılar	Süre	Bütçe
Orta Asya ve Türkiye'de Pestisit ve Zararlı Yönetimi	7 SEC Ülkesi	3,5 yıl	450,000 $
Orta Asya Balıkçılık ve Su Ürünlerini Geliştirme Bölgesel Programı	7 SEC Ülkesi	5 yıl	1,800,000 $
Ekonomi İşbirliği Teşkilatı Ülkelerinde Tohum Sektörünün Geliştirilmesi	7 SEC Ülkesi + 3 ECO Ülkesi	2 yıl	350,000 $
SEC Ülkelerinde Hayvan Genetik Kaynakları Yönetiminin Geliştirilmesi	6 SEC Ülkesi	2 yıl	700,000 $
FAO Türkiye Ortaklık Programı'nın Görünürlüğünün Artırılması	7 SEC Ülkesi	3 yıl	200,000 $
ECO Bölgesel Gıda Güvenliği Koordinasyon Merkezi	ECO Ülkeleri	3 yıl	500,000 $
Karadeniz'de Sorumlu Balıkçılığın Desteklenmesi için Bilimsel, Teknik ve Kurumsal İşbirliğini Güçlendirme Projesinin Belirlenmesi ve Formülasyonu	BUL, GÜR, ROM, RUS, TÜR, UKR.	2 yıl	100,000 $

Kaynak: FAO Türkiye Ortaklık Programı

Tablo 4'te FAO tarafından desteklenen çok uluslu projeler ve bütçeleri verilmiştir. Tabloya göre Çok Uluslu Projeler kapsamında 1.350.000 $ destek sağlanmıştır. Bu desteğin %24,4'ünü "FAO Cinsiyet ve Tarım Çerçevesinin (GASF) Uygulanması Vasıtasıyla Cinsiyet Bakımından Ayrıştırılmış Verilerin Üretimi için Ulusal Kapasitelerin Güçlendirilmesi", %22,2'sini "Orta Asya ve Kafkasya'da Su Havzalarının Sürdürülebilir Yönetimi için Kapasite Geliştirme", %18,5'ini "Kırsal Kadınlar için Sürdürülebilir Kırsal Kalkınmanın Sosyoekonomik ve Toplumsal Cinsiyet Yönleri Üzerine Kapasite Geliştirme Desteği" ve %18,5'ini "Azerbaycan ve Türkiye'de Küresel olarak Önemli Tarımsal Mirasın (GIAHS) Belirlenmesi, Değerlendirilmesi ve Korunması" projeleri oluşturmaktadır.

Tablo 9. Çok Uluslu Projeler ve Bütçeleri

Proje	Faydalanıcılar	Süre	Bütçe
Orta Asya ve Türkiye'de Tarımsal İnovasyon Sistemlerinin (AIS) Analizi ve Güçlendirilmesi için Kapasitenin Geliştirilmesi	KIR, TAC, TÜR, ÖZB, AZE	2,5 yıl	220,000 $
Azerbaycan ve Türkiye'de Küresel olarak Önemli Tarımsal Mirasın (GIAHS) Belirlenmesi, Değerlendirilmesi ve Korunması	AZE, TÜR	4 yıl	250,000 $
Orta Asya ve Kafkasya'da Su Havzalarının Sürdürülebilir Yönetimi için Kapasite Geliştirme	AZE, KIR, TAC, TÜK, TÜR, ÖZB	2 yıl	300,000 $
Kırsal Kadınlar için Sürdürülebilir Kırsal Kalkınmanın Sosyoekonomik ve Toplumsal Cinsiyet Yönleri Üzerine Kapasite Geliştirme Desteği	AZE, TÜR	2 yıl	250,000 $
FAO Cinsiyet ve Tarım Çerçevesi'nin (GASF) Uygulanması Vasıtasıyla Cinsiyet Bakımından Ayrıştırılmış Verilerin Üretimi için Ulusal Kapasitelerin Güçlendirilmesi	KIR, TAC, TÜR	2 yıl	330,000 $

Kaynak: FAO Türkiye Ortaklık Programı

Tablo 5'de görüldüğü üzere ulusal projeler kapsamında sadece 3 proje yer almaktadır. Bu üç projenin toplam bütçesi 830.000 $'dır. Toplam bütçenin %66,3'ü "Toprak Verimliliği, Toprak Organik Karbon İçeriği ve Potansiyel Kimyasal Gübre Tüketiminin Ulusal Coğrafi Veri Tabanın Oluşturulması" konulu proje kapsamında değerlendirilmiştir.

Tablo 10. Ulusal Projeler ve Bütçeleri

Proje	Faydalanıcılar	Süre	Bütçe
Türkiye'nin Batı Akdeniz bölgesindeki Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin Korunması ve Yetiştirilmesi	TÜR	2 yıl	180,000 $

Toprak Verimliliği, Toprak Organik Karbon İçeriği ve Potansiyel Kimyasal Gübre Tüketiminin Ulusal Coğrafi Veri Tabanın Oluşturulması	TÜR	2 yıl	550,000 **$**
Arazi Toplulaştırma Konusunda Ulusal ve Kurumsal Kapasitenin Güçlendirilmesi	TÜR	1 yıl	100,000 **$**

Kaynak: FAO Türkiye Ortaklık Programı

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü'nün Türkiye'deki program ortakları T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, T.C. Kalkınma Bakanlığı, T.C. Dışişleri Bakanlığı, Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı(TİKA) ve T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı'dır.

4. SONUÇ

Türkiye FAO'ya 6 Nisan 1948 tarihinde üye olmuştur. O yıldan itibaren ilişkiler devam etmektedir. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü ile Türkiye arasında 4 Ağustos 2006 tarihinde "Ev Sahibi Ülke Anlaşması" imzalanmıştır ve 11 Temmuz 2007 tarihinde Ankara'da FAO-Orta Asya alt bölge ofisi açılmıştır. FAO-Türkiye Ortaklık Programı (FTPP)'nın yürürlüğe girmesiyle FAO-Türkiye ilişkileri daha da güçlenmiştir ve ulusal, bölgesel ve çok uluslu olmak üzere toplam 28 proje hayata geçirilmiştir.

Gerçekleştirilen projelerin %41'i bölgesel, %39'u çok uluslu ve %20'si ulusaldır. 2009 yılından itibaren desteklenen projelerin %52'si kapasite gelişimi ile ilgili, %37'si doğal kaynak yönetimi ile ilgili ve %11'i gıda güvenliği ve güvenilirliği ile ilgilidir. FTPP ve FTFP kapsamında Türkiye iki programa 5 yıl için, toplam 20 milyon $ katkı sağlayacaktır.

FAO'dan Türkiye'ye Teknik İşbirliği Programı kapsamında 956.000 $ ve Güven Fonları kapsamında 12.342.788 $ destek sağlanmıştır. Bölgesel Projeler kapsamında desteklenen projelerin bütçesi 4.100.000 $, Çok Uluslu Projeler kapsamında desteklenen projelerin bütçesi 1.350.000 $ ve Ulusal Projeler kapsamında desteklenen projelerin bütçesi 830.000 $'dır.

KAYNAKLAR

Anonim, 2016. Avrupa Birliği Ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü https://www.tarim.gov.tr/ABDGM/Belgeler/Uluslararas%C4%B1%20Kurulu%C5%9Flar/FTPP%20WEB%20S%C4%B0TES%C4%B0%20pdf%2020.07.2016.pdf (Erişim Tarihi:17.09.2018)

Anonim, 2018a. https://www.tarim.gov.tr/ABDGM/Belgeler/Uluslararas%C4%B1%20Kurulu%C5%9Flar/T%C3%BCrkiye%20FAO%20ili%C5%9Fkileri.pdf (Erişim Tarihi: 17.09.2018)

Anonim, 2018b. https://www.tarim.gov.tr/ABDGM/Belgeler/Uluslararas%C4%B1%20Kurulu%C5%9Flar/FAO%20TR.pdf (Erişim Tarihi: 18.03.2018)

Anonim, 2018c. https://www.tarimorman.gov.tr/ABDGM/Belgeler/Uluslararas%C4%B1%20Kurulu%C5%9Flar/FTBB%20WEB%20B%C4%B0LG%C4%B0%20NOTU.pdf (Erişimi Tarihi: 17.09.2018)

Anonim, 2018d. http://www.fao.org/europe/programmes-and-projects/fao-turkey/tr/ (Erişim Tarihi: 18.09.2018)

FAO, 2018a. http://www.fao.org/about/strategic-planning/en/ (Erişimi Tarihi: 23.02.2018)

FAO, 2018b. http://www.fao.org/faostat/en/#data/OA (Erişim Tarihi: 17.09.2018)

FAO Türkiye Ortaklık Programı, 2018. http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/reu/europe/documents/FTPP_Newsletters/FTPP_Newsletter_TUR.pdf (Erişim Tarihi: 30.03.2018)

Unicef, 2018. http://www.unicef.org.tr/basinmerkezidetay.aspx?id=32878

World Development Indicators, 2017. https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/26447 (Erişim Tarihi:17.09.2018)

Süt Sığırcılığı İşletmelerinde Üreticilerin Hayvan Refahı İle İlgili Bilgi Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma: İzmir İli Örneği

Hülya SERT[1] Prof.Dr. Ayşe Uzmay[2]

[1] Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, hulya_sert1907@hotmail.com

[2] Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, ayse.uzmay@ege.edu.tr

Özet: İzmir, yıllık 1.085.303 ton sığır sütü üretimi ile Türkiye üretiminde en önemli illerin başında yer almaktadır. Süt üretiminde niceliksel ve niteliksel iyileştirilmenin temel unsuru olan hayvan refahının geliştirilmesi ile birlikte süt sığırcılığında İzmir ilinin payının daha da yükselmesi beklenmektedir. Hayvan refahı, hayvanların iyi beslenebilmesi, iyi barınabilmesi, iyi sağlık koşullarına sahip olabilmesi ve türüne özgü davranışları özgürce gösterebilmesi olarak ifade edilmektedir. Ancak, refahın iyileştirilmesi sürecinde, en önemli sorunlardan biri, üreticilerin hayvan refahı ile ilgili yeterince bilgiye sahip olmamasıdır. Türkiye'de özellikle tarım ekonomisi alanında bugüne kadar konunun incelenmemesi literatür ve politikalar açısından önemli eksiklik yaratmaktadır. Bu kapsamda yapılacak çalışmalar gelecekteki araştırmalara ve politika uygulayıcılara da yön verecektir. Çalışmanın ana materyalini, İzmir ilinde oransal örnekleme yoluyla 70 süt sığırı yetiştiricisiyle yüz yüze gerçekleştirilmiş olan anket çalışması oluşmaktadır. Süt üretim miktarının en fazla olduğu 7 ilçe çalışma kapsamına alınmıştır. Çalışmanın 3 ana amacı bulunmaktadır. İlki, süt sığırcılığı işletmelerinde, üreticilerin hayvan refahı konusunda bilgi düzeyleri ve bu konudaki farkındalıklarının tespit edilmesi. İkincisi, işletme ve üreticiye ait değişkenlerden hangisinin hayvan refahına yönelik bilgi düzeyleri ve farkındalıkları açısından önemli olduğunun tespiti, üçüncüsü ise konuya yönelik öneriler getirilmesidir. Çalışma sonucunda, üreticilere yönelik eğitim programları ve danışmanlık hizmetlerinin verilmesine ayrıca desteklemelerin de hayvan refahı ile ilişkilendirilmesine dikkat çekilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hayvan Refahı, Bilgi Düzeyi, Süt Sığırcılığı, İzmir

Abstract: Izmir, with annual 1,085,303 tons of cattle milk production, is the leader of the most important cities of production in Turkey. Along with the development of animal welfare, which is the main element of quantitative and qualitative improvement in milk production, the role of Izmir in dairy cattle is expected to increase further. Animal welfare is expressed as good feeding, good housing and good health conditions for animals as well as their ability to display behaviors unique to their species freely. However, in the process of improving animal welfare, one of the most important problems is that producers do not have enough knowledge about animal welfare. In Turkey, the fact that the topic has not been studied so far, especially in the field of agricultural economy, is creating significant gaps in terms of literature and politics. Studies to be carried out in this context will also give direction to future researches and policy enforcers. The main material of the study consists of the questionnaire survey which was conducted face to face with 70 dairy cattle producers through proportional sampling in Izmir. 7 districts that have the highest milk production were included in this study. There are 3 main objectives of this study. The first one is to determine the level of knowledge and awareness of the producers in dairy farms regarding animal welfare. The second objective is to determine which of the variables of the farm and producer is significant in terms of knowledge levels and awareness regarding animal welfare; the third one is to bring forward suggestions on the subject. In the conclusion of the study, attention has been drawn to the fact that supporting training programs and consultancy services for producers is associated with animal welfare.
Key Words: Animal Welfare, İnformation level, Dairy Cattles, Izmir

1. GİRİŞ

Hayvan refahı, başta insan refahına katkıda bulunması ve refah standartlarının 'kendi içinde' önemli olması gerekliliği nedenleriyle, günümüzün bilimsel çalışmalarının ve sosyal söylemlerinin bir parçası olmuştur. Günümüzde hayvanların sağlık koşullarına verilen önem artmış; iyi hayvan refahı uygulamaları sonucu elde edilen ürünler sosyoetik açıdan ilgi odağı olmuştur (Krupova, 2016).

"İyi refah" en basit ifadeyle, hayvanın sağlıklı ve istediği şeye sahip olmasıdır (Dawkins 2008). WHO (1946)' göre hayvan refahı, "yalnızca hastalık ya da sakatlığın olmaması değil; fiziksel, zihinsel ve sosyal olarak tam bir iyi olma hali"dir.

Hayvan Refahı Evrensel Beyannamesi(HREB), Birleşmiş Milletler üyeleri ve Birleşmiş Milletler Binyıl Kalkınma Hedefleri için büyük önem arz eden hayvanların, insanlar ve çevre için birçok yarar sağlayacağına dikkat çekmiştir. İlk olarak, iyileştirilmiş hayvan refahı, zoonoz hastalıkların ve gıda zehirlenmesi vakalarının riskini azaltarak, insan sağlığını pozitif etkileyecektir (WSPA, 2007). Blokhuis ve arkadaşları (2008), yapmış oldukları çalışmada, hayvan refahının gıda kalitesinin belirlenmesinde en önemli faktörlerin başında geldiğini ortaya koymuştur. (WQ,2005) raporuna göre, hayvan refahı, gıda güvenliğinin temel unsurları arasında yer almaktadır (WQ, 2005). HREB'sinde, ikinci olarak, iyileştirilmiş refah standartlarının hayata geçirilmesi için gerekli olan iyi bir insan-hayvan etkileşiminin, insan-insan etkileşimine pozitif dışşallık yaratmasıdır (WSPA, 2007). Ayrıca, iyi bir insan-hayvan etkileşimi, verimliliği arttırıcı bir farktördür (Hemsworth ve ark., 1989). Aksi takdirde, insanlara karşı korkunun yüksekliği ve buna bağlı olarak stres seviyesindeki artış, süt sığırcılığında gözlemlenen negatif korku – verimlilik ilişkilerinin kaynağı olabileceğini ortaya koymuştur (Bozkurt ve dğr. 2013,Rushen ve ark 1999, Breuer ve ark 2000). HREB, üçüncü olarak, iyileştirilmiş hayvan refahı ile birlikte daha etkin bir üretimin gerçekleşeceğini, etkin üretimin dünyadaki yoksulluk ve açlığın azaltılmasında rol oynayacağını ortaya koymuştur (WSPA, 2007). HREB, son olarak, iyileştirilmiş hayvan refahının biyolojik çesitliliği koruması nedeniyle iklim değişikliği ile mücadele ve sürdürülebilirliğin de önemli bir parçası olduğunu ifade etmiştir (WSPA, 2007). Birçok durumda, hayvanların refahı ve çevresel sürdürülebilirlik arasındaki pozitif ilişki, üretim verimliliğindeki iyileşmeler, iyileştirilmiş hayvan refahı ile eşzamanlı olarak ortaya çıkmaktadır (Place, 2018).

İyi hayvan refahı, hayvan sağlığını ve rahatlığını desteklemesi nedeniyle süt sığırcılığı için önemli bir uğraşı olmuştur (McInerney, 1998). Süt sığırcılığı faaliyetinde, refah koşullarının iyileştirilmesiyle sığırların uzun ömürlü olması ile doğurganlığına katkı sağlanmakta ve hayvanın yaşamı süresince süt üretimi ve doğurganlığının artması geri dönüşleriyle başarılı sonuçlar elde edilebilmektedir (WSPA, 2011)

Süt sığırcılığında, zayıf hayvan refahı koşullarının en önemli nedenlerinin başında üreticilerin yeterli derecede bilgiye sahip olmaması gelmekte; üreticilerin artan hayvan refahı standartlarını karşılaması gerekmektedir (Vasseur 2015; Rushen et al., 2011). Hemstworth ve Coleman (1998)'ın yapmış oldukları çalışmada, üreticilerin hayvan bakımını iyi bir şekilde yapabilmeleri için gerekli bilgiye sahip olmalarının son derece önemli olduğu vurgulamıştır. Hayvan refahının iyileştirilmesinde en önemli aktör olan üreticilerin bilgi düzeyini iyileştirmek, toplumda hayvan refahı konusunda fikir birliğinin sağlanmasını teşvik edecektir (Bracke et all., 2005). İzmirli (2009) yapmış olduğu çalışmada, üreticilerin %26.7'sinin, zayıf hayvan refahının nedeninin üreticilerin bilgisizliği olarak gördüklerini tespit etmiştir. Bu çalışma, süt sığırcılığında Türkiye üretiminde en önemli iller arasında yer alan İzmir ilinde gerçekleştirilmiştir. İzmir, hem iklim koşulları, hem coğrafi özellikleri ile süt sığırcılığı için oldukça elverişlidir. İzmir'in sahip olduğu potansiyelin, hayvan refahının iyileştirilmesi ve iyileştirilmesine yönelik çalışmalar ile önemli gelişmeler sağlaması beklenmektedir.

Bu çalışmada öncelikli olarak, süt sığırcılığı işletmelerinde, üreticilerin hayvan refahı ile ilgili bilgi düzeyleri ve bu konudaki farkındalıklarının tespiti amaçlanmıştır. İkinci olarak, işletme ve üreticiye ait değişkenlerden hangisinin hayvan refahına yönelik bilgi düzeyleri ve farkındalıkları açısından önemli olduğunun tespiti yapılmıştır. Son olarak, üreticilerin, hayvan refahı ile ilgili bilgi düzeylerini iyileştirmeye yönelik öneriler getirilmiştir.

2. MATERYAL VE METOD

İzmir ilinde işletme büyüklüklerine göre değişmekle birlikte süt sığırcılığı yapan işletme sayısı 33,220'dir. Bu işletmelerden görüşülecek üreticiler oransal örnekleme yöntemiyle (%95 güven aralığı, %12 hata payı dikkate alınmıştır) belirlenmiştir.

Formül;

$$n = \frac{Np(1-p)}{(N-1)\sigma_{px}{}^2 + p(1-p)}$$

n : Örnek hacmi
N : Popülasyon
p : 0.50
$\sigma_{px}{}^2$: Varyans

Burada n örnek hacmini ve N popülasyon hacmini (33220) temsil etmektedir. Araştırmada maksimum örnek hacmine ulaşılmak amacıyla p:0.50 ve (1-p): 0.50 olarak alınmıştır. Hesaplama sonucunda 70 üretici ile

görüşülmesinin uygun olduğu belirlenmiştir. 2016 yılında İzmir ilinde toplam sığır sütü üretimi 1.665.082,2 ton'dur (GTHB, 2017). İzmir ilinde süt üretiminin en yüksek olduğu Ödemiş, Tire, Kiraz, Bayındır, Bergama, Torbalı ve Beydağ ilçeleri toplam süt üretiminin %86.5'ini karşılamaktadır. Bu kapsamda, çalışmanın ana materyali, İzmir ilinde süt üretim seviyesi en yüksek olan 7 ilçede gerçekleşmiş ve yüz yüze anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın ikinci materyali ise, OIE, FAO gibi ilişkin ulusal ve uluslararası raporlar ve bilimsel nitelikteki çalışmalardan oluşmuştur.

3. BULGULAR

Çalışmaya katılan üreticilerin ortalama yaşı 46.17 ± 12.71 'dir ve % 92,9'u erkektir. Ortalama tarımsal faaliyet süresi 20.87 ± 11.11 yıl ve ortalama süt sığırcılığı faaliyet süresi 16.89 ± 10.05' tir. Üreticilerin eğitim altyapısı incelendiğinde, %44.3'u ilkokul, %12.9'u lise ve %12.8'i bir yüksek öğretim programını tamamladığı dikkat çekmiştir. Ayrıca, Üreticilerin ortalama eğitim süresi 7.99±0.465'tir. Temel geçim kaynağı tarımsal üretim faaliyeti olan üreticiler %94.3; en fazla gelir elde ettiği üretim süt sığırcılığı olan üreticiler %81.4'tür. Üreticilerin %11.4'ü yoksulluk sınırı altında gelir elde ederken, % 58.6'sının 25000 TL ve üzeri gelir elde ettiği dikkat çekmektedir. (TÜİK,2018).

İşletme başına işlenen arazi 69,6-17.86 da ve mülk arazi ortalaması 55.27 da'dır. Üreticilerin %51.4'ü en az bir üretici kooperatifine, %17.1'i bir sulama birliğine, %21.4'ü en az bir üretici birliğine ve %75.7'si Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliği'ne üyedir.

Ankete katılan üreticiler arasında, 'Hayvan Refahı' kavramını daha önce duyanların oranı %30.4 iken, %65.2'si duymadıklarını, %4.3'ü ise kararsız/bilmiyor olduğunu belirtmiştir. Bilmiyorum/kararsızım cevabını veren %4.3 üretici, hayır cevabını veren %65.2'ye dâhil edilmiştir. Hayvan refahı ile ilgili bilgi sahibi olan üreticilerin oranı %15.7'dir. Üreticilere, hayvan refahını tanımlayabilir misiniz? sorusu sorulduğunda, sadece 12.9'u doğru ve tam olarak tanımlayabilmiştir.

İkinci aşama olarak, hayvan refahını tanımlayabilmelerine göre fark gözetmeksizin, ankete dâhil olan bütün üreticilere temel düzeyde hayvan refahını tanımlayıcı bir açıklamaya yer verilmiştir. Hayvan refahı kavramı açıklanan üreticilere, hayvan refahının iyileştirilmesi ile ilgili bilgi düzeylerini ölçmeye yönelik sorular yöneltilmiştir. Kötü hayvan refahı sebepleri konusunda bilgi sahibi olan üreticilerin oranı %27.1 ve çok iyi derecede bilgi sahibi olanların oranı %5.7'dir; %40.0'in az bilgisi, %27.1'in ise hiç bilgisi yoktur. İyileştirilmiş hayvan refahı koşullarına uyum konusunda %34.3'ünün hiç bilgisi yok, %37.1'inin az bilgisi var, % 22.9'unun bilgisi var %1.4'ünün iyi derecede ve % 4.3'ünün çok iyi derecede bilgisi vardır. Kötü hayvan refahı koşulları ile mücadele yolları konusunda üreticilerin %35.7'sinin hiç bilgisi yok, % 32.9'unun az bilgisi var, %25.7'sinin bilgisi var, % 1.4'ünün iyi derecede, %4.3'ünün çok iyi derecede bilgisi vardır. Hayvan refahının hayatımıza etkileri konusunda %40'ının hiç bilgisi yok, %38.6'sının az bilgisi var, % 15.7'sinin bilgisi var, %1.4'ün iyi derecede, %4.3'ün çok iyi derece bilgisi vardır.

Maria (2006) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, hayvan refahına olan ilginin, genç üreticilerde ileri yaştaki üreticilere oranla daha fazla olduğuna dikkat çekilmiştir. Bizim yaptığımız çalışmada da , genç üreticilerde (20-30 yaş) hayvan refahı kavramını duyanların oranı %50 iken; ileri yaştaki üreticilerde (51-60), %5 olduğunu ortaya konmuştur, hayvan refahı kavramını duyma ile üreticinin yaşına arasında anlamlı fark olduğu saptanmıştır (Pearson Chi-Square 9.594, p 0.048<0.05).

Tablo 1: Yaş Kategorisine göre Hayvan Refahı Kavramını Duyma

Yaş	Grup 1 (20-30)	%	Grup 2 (31-40)	%	Grup 3 (41-50)	%	Grup 4 (51-60)	%	Grup 5 (≥61)	%	Toplam	%
Evet	4	50	7	41.2	7	41.2	1	5	2	25	21	3 0
Hayır	4	50	10	58.8	10	58.8	19	95	6	75	49	70

Gelir düzeyi, yoksulluk sınırının altıda kalan üreticiler arasında hayvan refahını duyan üretici bulunmaz ken, gelir düzeyi 25500 TL üzerinde duyanların oranı %39'dur. Gelir kategorisine göre hayvan refahı kavramını duymada istatistiki olarak anlamlı fark vardır (Pearson Chi-Square 5.402, p 0.067<0.1)

Tablo 2: Gelir Kategorisine göre hayvan refahı kavramını duyma

Gelir	Grup 1 (<5500)	%	Grup 2 (5500-25500)	%	Grup 3 (>25500)	%	Toplam	%
Evet	0	0.0	5	23.8	16	39.0	21	30
Hayır	8	100.0	16	76.2	25	61.0	49	70

Ventura (2016)'a göre, çok sayıda süt sığırcılığı üreticisinin sığırlardaki refah sorunlarını görememelerinin temel nedeni, üreticilerin eğitim eksikliğidir. Ankete dâhil edilen üreticiler arasında hayvan refahı hakkında bilgi sahibi olma oranı, üniversite mezunu olmayan üreticilerde %10.0 iken, üniversite mezunu üreticilerde %50.0'dir.

Üreticilere; hayvancılıkla ilgili üretici birliği, kooperatif, bakanlık ya da özel sektör aracılığıyla bir eğitim alıp almadığı sorulmuştur. Hayvancılıkla ilgili herhangi bir eğitimine katılıma göre hayvan refahının hayatımıza etkileri hakkında bilgi sahibi olmada istatistiki olarak anlamlı fark vardır (Pearson Chi-Square 5.857, p:0.053<0.1).

Tablo 3: Hayvancılık eğitimine katılma durumuna göre hayvan refahının hayatımıza etkileri hakkında bilgi sahibi olma

	Hiç bilgim yok	%	Az bilgim var	%	Bilgim var	%	Toplam	%
Evet	5	17.9	8	29.6	8	53.3	21	30
Hayır	23	82.1	19	70.4	7	46.7	49	70

Yapılan çalışmalar, sağmal sayısının fazla olduğu büyük çiftliklerin, hayvan refahını iyileştirmek için fırsatlar sunduğunu, ancak, aynı zamanda refah riskleri yaratabildiğini göstermektedir (Robbins et all, 2016). Bu çalışmada, sağmal sayısına göre hayvan refahı kavramını duymada istatistikî olarak anlamlı fark bulunmuştur (Pearson Chi-Square 10.356, p 0.016<0.05).

Tablo 4: Sağmal Sayısına Göre Hayvan Refahı Kavramını Duyma

Sağmal	Grup 1 (5-14)	%	Grup 2 (15-49)	%	Grup 3 (50-99)	%	Grup 4 (≥100)	%	Toplam	%
Evet	5	23.8	4	16.7	6	35.3	6	75.0	21	30
Hayır	16	76.2	20	87.3	11	64.7	2	25.0	49	70

Üreticilerin mülk arazilerine göre hayvan refahı kavramını duymada istatistikî olarak anlamlı fark bulunmuştur (Pearson Chi-Square 9.866, p 0.007<0.05).

Tablo 5: Mülk arazi miktarına göre hayvan refahı kavramını duyma

Mülk Arazi	Grup 1 (0-50)	%	Grup 2 (51-100)	%	Grup 3 (>100)	%	Toplam	%
Evet	7	17.1	7	38.9	7	63.6	21	30
Hayır	34	82.9	11	61.1	4	36.4	49	70

Driessen (2012), hayvan refahının iyileştirilmesinde en önemli rolün üreticilere ait olduğuna dikkat çekmiştir. Üreticilerin, hayvan refahı hakkında bilgi sahibi olması, refahın iyileştirilmesinde temel tetikleyici unsurdur. Amerika Birleşik Devletleri'nde süt sığırı üreticileri arasında havyan refahı kavramını bilmeyenlerin oranı %16.1'dir (Wolf et all., 2016). Bu çalışma sonucunda hayvan refahını duyma oranı %30 bulunmuş ve hayvan

refahı kavramını duymasına göre iyileştirilmiş hayvan refahı koşullarına uyum hakkında bilgi sahibi olması arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir (Pearson Chi-Square 17.625, p 0.000<0.05).

Tablo 6: Hayvan refahı kavramını duyma ve iyileştirilmiş hayvan refahı koşullarına uyum hakkında bilgi sahibi olma

	Hiç bilgim yok	%	Az bilgim var	%	Bilgim var	%	Toplam	%
Evet	2	8.3	6	23.1	13	65.0	21	30
Hayır	22	91.7	20	76.9	7	35.0	49	70

Kötü hayvan refahı koşulları ile mücadele yolları konusunda bilgi düzeyine göre üreticilerin çocuklarının süt sığırcılığı faaliyetine devam etmek istemesi arasında anlamlı bir fark vardır (Pearson Chi-Square 5.507, p 0.064<0.1). Ayrıca, Süt sığırcılığında devam etmek isteyen çocukların %57.6'sının, bu işi sevdiği için devam etmek istediği ortaya konmuştur.

Tablo 7: Kötü hayvan refahı koşulları mücadele yolları konusunda bilgi sahibi olma durumuna göre üretici çocuklarının süt sığırcılığına devam etme isteği

	Hiç bilgim yok	%	Az bilgim var	%	Bilgim var	%	Toplam	%
Evet	5	31.3	11	73.3	8	53.3	24	52.2
Hayır	11	68.8	4	26.7	7	46.7	22	47.8

Çalışma sonucunda, üreticilerin %77.6'sı hayvan refahından öncelikli olarak üreticilerin sorumlu olduklarını belirtirken; kötü hayvan refahı koşullarına karşı önlem alanların oranı yalnızca %9.3'tür. Alınan önlemlerin başında; yatırım yapma, sağmal sayısını azaltma, dezenfeksiyon, barınakta iyileştirme yapma ve ilaçlama gelmektedir.

Hayvan refahı hakkında bilgi sahibi olanların %63.3'ü bu işi sevdiği için yaparken, bilgi sahibi olmayanların %39.0'ı başka bir iş olmadığı için süt sığırcılığı yaptıklarını ifade etmiştir. Bu işi sevdiği için yapan üreticilerin, %40.0'ı doğal artış oranında devam etmek, % 55.0'ı işletme ölçeğini büyütmek istediğini ifade ederken; başka bir iş olmadığı için süt sığırcılığı yapan üreticilerin %50'si doğal artış oranında devam etmek istediğini, %29.2'si işletme ölçeğini büyütmek istediğini ifade etmiştir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın sonuçlarına göre, İzmir ilinde sığır sütü üretim hacminin en fazla olduğu 7 ilçede, üreticilerin %30'u hayvan refahını duymuş, ancak sadece %15.7'si bilgi sahibidir. Hayvan refahını doğru ve tam olarak tanımlayabilenlerin oranı ise %12.9'unu oluşturmuştur. Kanada'daki süt sığırı üreticileri ile gerçekleştirilen çalışmalar, bu çalışmanın sonuçlarına benzer olarak üreticilerin büyük çoğunluğunun 'hayvan refahı kavramını tanımlayamadığına dikkat çekmiştir. Diğer taraftan, Amerika Birleşik Devletleri'nde süt sığırı üreticilerin %83.9'unun hayvan refahı kavramını bilmesi, üreticilerin hayvan refahı ile ilgili bilgi sahibi olmada ülke faktörünün önemli bir etken olduğunu göstermiştir.

Bu çalışmada, üreticilerin yaşı, eğitim düzeyi ve hayvancılıkla ilgili eğitimi almış olması, sağmal sayısı, ekilebilir mülk arazisi ve gelir düzeyi hayvan refahı ile ilgili bilgi düzeyini etkileyen faktörler arasındadır. Diğer yandan, üreticilerin yer aldığı ilçe, kooperatif ve üretici birliklerine üyelik durumu, üretim kararının verilişi ile hayvan refahını kavramını duyma veya hayvan refahı hakkında bilgi sahibi olma arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Süt sığırcılığında, eğitim programlarının üreticilerin bilgi düzeyini iyileştirdiği sonucu dikkate alındığında, üretim stratejilerinde il bazında bakanlık, kooperatif, üretici birlikleri başta olmak üzere interaktif hayvancılık eğitim programlarına yer verilmesi ve üreticilerin bu programlara katılımının sağlanarak, bu eğitimlerin süreklilik arz etmesinin sağlanması, son derece önemlidir. Kötü hayvan refahı koşulları ile mücadele

yolları hakkında hiç bilgisi olmayan üreticilerin %68.8'inin çocukları süt sığırcılığını devam ettirmek istemezken; bilgisi olanların %53.3'ünü oluşturan üreticilerin çocukları süt sığırcılığını devam ettirmek istemektedir. Bu durum; kötü hayvan refahı ile mücadele ve iyileştirilmiş hayvan refahı koşullarına uyum süreci hakkında bilgi sahibi olmanın, süt sığırcılığı faaliyetinin sürdürülebilirliği için mutlak bir zorunluluk olduğunu göstermektedir. Hayvan refahı hakkında bilgi sahibi olan üreticilerin %63.3'ü bu işi sevdiği için yaparken; bilgi sahibi olmayanların %39.0'ının başka bir iş olmadığı içi bu işi yaptıkları sonucu, hayvan refahı bilgisine sahip üreticilerin, süt sığırcılığı faaliyetinde yatırım yapma ve üretim kalitesini arttırma konuları başta olmak üzere refahın iyileştirilmesi sürecinde daha yüksek motivasyona sahip olduklarını göstermiştir. Ek olarak, üreticilerin yaklaşık tamamının hayvan refahı ile bilgilenmeye yönelik bir bilgi kaynağının olmadığını ifade etmesi, çalışmanın önemli sonuçları arasında yer almaktadır. Süt sığırcılığının giderek daha fazla eğitim ve bilgiye dayalı bir üretim haline gelmesi, hayvan refahı ve üretimin sürdürülebilirliği kaygıları başta olmak üzere tetikleyici unsurların etkisiyle yayım stratejilerinde önemli gelişmelere ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Doğru belirlenmiş yayım stratejileri, üreticilerin hayvan refahı hakkında bilgilenmesinin yanı sıra, ekonomik ve teknik sorunlarına etkin bir şekilde çözüm üretebilmelerine de katkı sağlayacaktır. Ayrıca, kooperatifler, üretici birlikleri ve DSYB'nin süt sığırcılığını geliştirmeye ve iyileştirmeye yönelik stratejileri bünyesinde üreticilere sağlanacak danışmanlık hizmetleri son derece önem taşımaktadır. Bakanlık tarafından çiftliklerde hayvan refahını izleme ve değerlendirilmeye yönelik danışmanlık hizmetlerine ilişkin geri bildirimlerin koordineli olarak ele alınması, bilgi düzeyinin arttırılmasında kısa sürede hızlı artışları beraberinde getirecektir.

Teşekkür

Bu çalışma, Ege Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi (Proje numarası: 2018-ZRF-015) tarafından desteklenmiştir.

KAYNAKÇA

Bozkurt, Z., Kılıç, İ., Gücüyener Hacan, Ö. ve Lenger, Ö.F. (2013). İnsan-hayvan etkileşimlerinin hayvan refahına etkisi. Kocatepe Vet J, 6(1): 41-50, Erişim: 10.5578/kvj.5044

Bracke, M.B.M., De Greef, K.H. and Hopster, H. (2005). Qualitative stakeholder analysis for the development of sustainable monitoring systems for farm animal welfare, Journal of Agricultural and Environmental Ethics, 18: 27–56

Breuer, B.K., Hemsworth, P.H., Barnett, J.L., Matthews, L.R. and Coleman, G.J. (2000). Behavioural response to humans and the productivity of commercial dairy cows. Applied Animal Behaviour Science 66: 273–288

Dawkins, M.S. (2008). Animal suffering: the science of animal welfare. Ethology 114(10):937 – 945, DOI: 10.1111/j.1439-0310.2008.01557.x

Driessen, C., (2012). Farmers engaged in deliberative practices; an ethnographic exploration of the mosaic of concerns in livestock agriculture. J. Agric. Environ. Ethics 25, 163–179, doi:10.1007/s10806-010-9293-z

Hemsworth, P.H., Barnett, J.L., Coleman, G.J. and Hansen, C. (1989). A study of the relationships between the attitudinal and behavioural profiles of stockpersons and the level of fear of humans and reproductive performance of commercial pigs. Appl. Anim. Behav. Sci. 23: 301–314.

Hemsworth, P.H. and Coleman, G.J. (1998). Human-livestock interactions: the stockperson and the productivity and welfare of intensively farmed animals. CAB International: Oxon/New York

İzmirli, S. (2009). Türkiye'de veteriner hekimler, veteriner hekimliği öğrencileri, hayvan sahipleri ve toplumun hayvan gönenci (refahı) tutumları üzerine anket çalışması, Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Veteriner Hekimliği Tarihi ve Deontoloji Anabilim Dalı. Konya.

Krupová, Z., .Krupa, E., Michalickova, M., Wolfova, M. and Kasarda, R. (2016). Economic volues for healt and feed efficiency traits of dual- purpose cattle in marginal areas.

Marıa, G.A. (2006). Public perception of farm animal welfare in Spain. Livestock Science 103, 250 256.

McInerney, J.P. (1998). The economics of welfare. in Michell & Ewbank eds, ethics, welfare, law and market forces: the veterinary interface. Universities Federation for Animal Welfare Wheathampstead.

Place, S. (2018). Animal welfare and environmental issues, Erişim: https://www.researchgate.net/publication/323623665.

Robbis, J.A., von Keyserlingk, M.A.G., Fraser, D. and Weary, D.M. (2016). Farm size and animal welfare. Animal Welfare Program, Faculty of Land and Food Systems, University of British Columbia, Vancouver, British Columbia, Canada

Rushen, J., De Passille, A.M., Munksgaard, L. (1999). Fear of people by cows and effects on milk yield, behaviour and heart rate at milking. J. Dairy Sci. 82: 720-727.

Rushen, J., Butterworth, A. and Swanson, J.C. (2011). Farm animal welfare assurance: science and application. J. Anim. Sci. 89:1219–1228, Erişim: doi:10.2527/jas.2010-3589

Spooner, J.M., Schuppli, C.A. and Fraser, D. (2012). Attitudes of canadian beef producers toward animal welfare. Animal Welfare, 21(2), 273-283.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2018). Gelir, Yaşam, Tüketim ve Yoksulluk, Erişim: www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1013.

Vasseur, E., Gibbons, J., Rushen, J., Pellerin, D., Pajor, E., Lefebvre, D. and de Passillé, A.M. (2015). An assessment tool to help producers improve cow comfort on their farms. J. Dairy Sci. 98 :1–11, Erişim: http://dx.doi.org/ 10.3168/jds.2014-8224

Ventura, B.A., Weary, D.M., Giovanetti, A.S. and von Keyserlingk, MA.G. (2016). Veterinary perspectives on cattle welfare challenges and solutions. Livestock Science, Erişim: http://dx.doi.org/10.1016/j.livsci.2016.10.004

Marıa, G.A. (2006) Public perception of farm animal welfare in Spain. Livestock Science 103, 250–256.

Welfare Quality (WQ), (2005). Farm animal welfare concerns, consumers, retailers and producers, school of city of regional planning, Cardiff University.

Wolf, C.A., Tonsor, G.T., McKendree, M.G.S., Thomson, D.U. and Swanson, J.C. (2016). Public and farmer perceptions of dairy cattle welfare in the United States. J. Dairy Sci. 99:1–12 Erişim: http://dx.doi.org/10.3168/jds.2015-10619

World Health Organization (WHO) (1946) Preamble to the constitution of the World Health Organization, as adopted by the International Health Conference, New York, 19–22 June 1946; signed on 22 July 1946 by the representatives of 61 states (Official records of the World Health Organization, no. 2, p. 100) and entered into force on 7 April 1948, www.who.int/about/definition/en/print.html.

World Society for the Protection of Animals (WSPA), (2007). Universal declaration on animal welfare.

World Society for the Protection of Animals (WSPA), (2011). Why livestock and humane, sustainable agriculture matter at Rio+20, London, United Kingdom.

Türkiye'de Uygulanan Tarımsal Desteklerin Üretici Açısından Değerlendirilmesi (Çanakkale İli Örneği)

Metin GÜRSEL [1] **Prof. Dr. Taner KUMUK[2]**

[1] Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, metingrsl@gmail.com

[2]Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, tkumuk@gmail.com

Özet: Bu araştırma Çanakkale ili merkezinde yer alan Kumkale Köyü, Tevfikiye Köyü, Halileli Köyü, Civler Köyü, Akçapınar Köyü, Akçeşme Köyü, Gökçalı Köyü, Dümrek Köyünde yapılacaktır. Araştırmada Çanakkale merkez köylerindeki üreticilerin tarımsal desteklerden yararlanma düzeyleri üzerine bir çalışma yapılacaktır. Çalışma, tarımsal destekleme politikası aracı olarak uygulanan destekleme ödemelerinin değerlendirilmesine imkân sağlayacak sonuçların üretici açısından ortaya konması bakımından önem arz etmektedir. Yapılacak çalışmada Türkiye'de uygulanan tarımsal destekleme politikalarına getirilen yenilikler çerçevesinde, Çanakkale ilindeki uygulama durumu ortaya konulup, çiftçilerin bu desteklerden yararlanma durumları tespit edilecektir. Tarımsal desteklerin üreticilere yansımaları, üreticilerin beklentileri, sorunları, desteklerden yararlanan ve yararlanmayan üreticilere olan yansımaları değerlendirilecektir. Desteklemelerin uygulama zamanın doğurduğu çeşitli olumlu ve olumsuz sonuçlar incelenecektir. Çalışmada ülkemizin tarımsal durumu temel biçimde verilerek desteklemeler konusunda gösterdiği gelişim, kullanılan tarımsal destekleme araçları, bunların hangi amaçlarla kullanıldıkları ve etkilerinin neler olduğu anlatılacaktır. Örnek hacim belirlenirken, seçilen köylerde 2017 döneminde üretim yapan işletmeler dikkate alınarak toplam üretim alanları tespit edilip, daha sonra 3 tabakaya ayrılmıştır. Bu tabakalar, arazi genişlikleri bakımından 1-50 da, 51-100 da ve 101-+ da şeklinde oluşturulmuştur. Yüz yüze anket yapılacak işletmelerin sayısı tabakalı örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir. Araştırmanın verilerini, yüz yüze görüşme yoluyla sağlanacak birincil ve orijinal nitelikli anketler oluşturacaktır. Anket yapılan üreticiler tabakalı örnekleme yöntemiyle belirlenmiş olup 89 adet anket yapılması gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır. Uygulamaya konulacak anketler yardımıyla üreticilerin desteklemeler konusundaki bilgileri, bu bilgileri hangi kanallar aracıyla sahip oldukları, ne derecede uyguladıkları, aldıkları destekleri ne şekilde değerlendirdikleri, çoğunluğun ne tür üretimle uğraştığı, tarımdaki temel sorunların neler olduğu, destekleme politikalarını uygulayan ve uygulamayan üreticilerin ortalama yaşları, eğitim süreleri, aile birey sayıları ve tarımsal deneyimleri gibi soruların yanıtlarına cevap aranacaktır.

Anahtar Kelimeler: Tarımsal Destekler, Üretici Yaklaşımı, Tarım Politikası, Çanakkale

1. GİRİŞ

Tarım sektörü doğal riskler başta olmak üzere üretim, fiyat, pazarlama ve finansman gibi birçok risk ve belirsizliklerle karşı karşıyadır. Tarımsal kesimin, gelir düzeyinin yetersizliği, işletmelerin küçük ve parçalı bir yapıda olması, üretimin dönemsel olması söz konusu risk ve belirsizliklerle birleştiğinde tarım sektörünün desteklenmesi gereğini doğurmaktadır. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de tarım sektörü çeşitli araçlarla desteklenmektedir. Bu desteklemeler piyasa fiyatını doğrudan etkileyen türde olabildiği gibi piyasa fiyatlarına müdahale edilmeden de yapılabilmektedir. Bu çalışmada, Türkiye'de hali hazırda uygulanan tarımsal desteklemelerin durumu incelenerek üreticilerin bu desteklemelere olan yaklaşımı değerlendirilecektir. Ayrıca üreticilerin destekleri kullanma biçimleri ve geleceğe ilişkin beklentileri de irdelenecektir. Tarım sektöründeki sorunlar üreticilerin gözünden değerlendirilecek ve çözüm önerileri getirilecektir (Daldal, 2016).

Tarım sektörünün devamlı, istikrarlı ve yeterli düzeyde desteklenmesi ile tarım sektöründeki üreticilerin yaşam şartlarının üst düzeylere çıkartılması, ülkenin ekonomik gelişmişlik düzeyi ile yakından ilişkilidir. OTP ve DTÖ amaçları doğrultusunda faaliyet gösterecek işletmelerde sürdürülebilir, kaliteli ve rekabet gücü yüksek bir üretim düzeyi için kaliteli girdi temini, optimum işletme büyüklüğü ve yeni teknolojilerin kullanılması zorunluluk arz etmektedir. Fakat düşük tarımsal gelire sahip olan işletmecilerin gerekli üretim girdilerini temin etmesi ve teknolojik yeniliklere yönelmeleri mümkün değildir. Bunun için tarımsal destekleme politikaları yürütülürken destekleme çeşit, miktar ve zamanının tespit edilmesi büyük bir önem arz etmektedir (Topcu, 2008).

2. MATERYAL YÖNTEM

2.1. Materyal

Çalışmamızın ana materyalini, Çanakkale ili Merkeze bağlı bulunan köylerde tarımsal faaliyet yürüten işletmeler oluşturmaktadır. Bu köylerde bulunan işletmelere ilişkin ana kitle belirlenmiştir. İşletmelere ilişkin ana kitlenin

belirlenmesi için Çanakkale Ziraat Odası üye verileri alınarak kullanılmıştır. Belirlenen bu ana kitle üzerinden de uygun örnekleme yöntemi yardımı ile örnek hacim belirlenmiştir.

Daha sonra belirlenen bu örnek hacim sayısında tarımsal üreticiler ile yüz yüze görüşme yoluyla elde edilecek olan orijinal veriler kullanılacaktır. Araştırmada kullanılan veriler 2017 üretim dönemi içerisinde ki verileri kapsamaktadır. Çalışmanın teorik içeriği ile ilgili kısımları, araştırma konusu kapsamında ulaşılabilen makale, çeşitli tarımsal kurum ve kuruluşlardan, istatistik birimlerinden ve daha önceki bilimsel araştırma raporları, yayınlar, çeşitli dergi ve kitaplardan konuyla ilgili yapılmış diğer tezlerden faydalanılacaktır. Yardım alınan bu yayınlar da kullanılmak üzere çalışma sürdürülecektir.

2.1. Yöntem

2.1.1. Örnek Büyüklüğünün Belirlenmesinde Kullanılan Yöntem

Çanakkale ilinin genel tarımsal yapısı göz önünde bulundurularak, bu bölgede bulunan tüm köyler ele alınmıştır. Ele alınan bu köylerin arazi yapısı, üretim deseni, iklim özellikleri vb. özelliklerine bakıldığında Çanakkale' de bulunan bu köylerin genel yapılarının bir benzerlik içinde olduğu anlaşılmıştır.

Çalışmanın coğrafi konum, tarım tekniği, doğal faktörler açısından bakıldığında Çanakkale Merkez Köylerinde yürütülmesine karar verilmiştir. Çalışmada bu köyler ile ilgili geçmiş veriler Çanakkale Ziraat Odasından elde edilmiştir. Veriler, 2017 üretim dönemine ait olup arazi büyüklükleri dikkate alınarak örnek hacmin çerçevesi oluşturulmuştur. Köylerde üretim yapan tarım işletmelerinden kaç tanesine anket yapılması gerektiği bu çerçeveye göre tespit edilmiştir.

Örnek hacim belirlenirken, seçilen köylerde 2017 döneminde üretim yapan işletmeler dikkate alınarak toplam üretim alanları tespit edilip, daha sonra 3 tabakaya ayrılmıştır. Bu tabakalar, arazi genişlikleri bakımından 1-50 da, 51-100 da ve 101-+ da şeklinde oluşturulmuştur. Yüz yüze anket yapılacak işletmelerin sayısı tabakalı örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir. Tabakalı örnekleme yönteminin formülü aşağıdaki gibidir.

$$n = \frac{N.\sum(N_h.S_h^2)}{N^2.D^2 + \sum(N_h.S_h^2)}$$

Formülde;
n = Örnek büyüklüğü
N = Popülasyondaki işletme sayısı
N_h = h'ıncı tabakadaki işletme sayısı
S_h^2 = h'ıncı tabakanın varyansı
$D^2 = (d^2/z^2)$
d = Maksimum hata miktarı
z = Hata payına göre standart normal dağılım tablosundaki z değerini ifade eder (Yamene, 1967).

Çalışmada %10 hata payı ve %90 güven aralığı ile anket yapılacak işletmeler belirlenmiştir. Ardından örneğe girecek olan işletmelerin sayısı ortaya çıkarılmıştır. İşletmelerin tabakalara dağılımı oransal dağılım yöntemine göre belirlenmiştir. Bu yöntemde, her tabakanın örnek büyüklüğü (n_h) o tabakanın popülasyondaki payıyla (Nh / N) orantılı olarak verilmektedir. Oransal dağılım yönteminin formülü aşağıdaki gibidir.

$$n_h = \left(\frac{N_h}{N}\right)n$$

Bu oransal dağılım yönteminden çıkan sonuçlara göre tabakalara ayrılan işletmelere kaçar anket yapılacağı tespit edilmiştir. Burada tabaka ortalamaları ile popülasyon ortalaması arasındaki farklar ne kadar büyük olursa oransal dağılım yönteminde de o kadar iyi sonuçlar elde edilir (Yamane, 1967). Tüm bu işlemler neticesinde toplam 89 anket yapılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Buraya kadar belirtilenlere göre elde edilen veriler aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 1: Tabakalara Göre Anket Çalışması Sayıları

Tabakalar	N	n
1-50	399	59
51-100	120	18
101-+	81	12
	600	**89**

3- ÇALIŞMANIN AMACI VE HEDEFİ

Bu çalışmada, Çanakkale merkez köylerindeki üreticilerin tarımsal desteklerden yararlanma düzeyi üzerine bir araştırma yapılacaktır. Çalışma, tarımsal destekleme politikası aracı olarak uygulanan destekleme ödemelerinin değerlendirilmesine imkân sağlayacak sonuçların üretici açısından ortaya konması bakımından önem arz etmektedir. Yapılacak çalışmada Türkiye'de uygulanan tarımsal destekleme politikalarına getirilen yenilikler çerçevesinde, Çanakkale ilindeki uygulama durumu ortaya konularak, çiftçilerin bu desteklerden yararlanma durumları tespit edilecektir. Türkiye'de uygulanan tarımsal desteklemeler incelenip üretici bazında analiz yapılacaktır. Çanakkale Merkez köylerinden belirlenecek uygun kişi sayısına göre anket yapılacaktır. Tarımsal desteklerin üreticilere yansımaları, üreticilerin beklentileri, sorunları, desteklerden yararlanan ve yararlanmayan üreticilere olan yansımaları değerlendirilecektir. Çalışmada ülkemizin tarımsal durumu temel biçimde verilerek desteklemeler konusunda gösterdiği gelişim, kullanılan tarımsal destekleme araçları, bunların hangi amaçlarla kullanıldıkları ve etkilerinin neler olduğu anlatılacaktır. Desteklemelerin sınıflandırılması yapılacak ve hangi desteklemelerin üreticilere daha faydalı olacağı konusunda bilgiler verilmeye çalışılacaktır. Desteklemelerin uygulama zamanın doğurduğu çeşitli olumlu ve olumsuz sonuçlar incelenecek ve bunlara çözüm önerileri getirilmeye çalışılacaktır.

Daha sonra öncelikle Çanakkale'nin genel ekonomik yapısı incelenecek, bu yapı içerisinde tarımın durumu ve Çanakkale tarımının Türkiye tarımı içindeki konumu ortaya konulacaktır. Çanakkale ilinin iklim özellikleri ve coğrafi konumu itibariyle çok çeşitli tarım ürünlerinin üretilmesine olanak sağlayan bir yapısı bulunmaktadır. Bu yörede üretilen birçok ürüne çeşitli desteklemeler verilmektedir. Çanakkale'nin tarımsal desteklemelere ilişkin uygulamaları incelenecek ve Türkiye'deki konumu da göz önüne alınarak gerekli eleştiriler ve çözüm önerileri sunulacaktır. Bir başka amaçlanan konu ise üreticilerin verilen desteklemelerden haberdar olup olmamalarını araştırmaktadır. Uygulamaya konulacak olan belirli soru sayısına sahip anketler yardımıyla üreticilerin desteklemeler konusundaki bilgileri, bu bilgileri hangi kanallar aracıyla sahip oldukları, ne derecede uyguladıkları, aldıkları destekleri ne şekilde değerlendirdikleri, çoğunluğun ne tür üretimle uğraştığı, tarımdaki temel sorunların neler olduğu, destekleme politikalarını uygulayan ve uygulamayan üreticilerin ortalama yaşları, eğitim süreleri, aile birey sayıları ve tarımsal deneyimleri gibi soruların yanıtlarına cevap aramayı amaçlanmaktadır. Bu çıkan sonuçlar doğrultusunda bir değerlendirme yapılarak hangi noktalarda eksiklikler olduğu, yapılması gereken fakat yapılmayan durumların neler olduğu belirlenecektir.

4- ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Gürkan (2012), "Türkiye'de Uygulanan Tarımsal Desteklerin Üretici Açısından Değerlendirilmesi (Kahramanmaraş ili Örneği)" adlı çalışmada Kahramanmaraş İli Merkez İlçeye bağlı 11 köyden 177 üreticiye anketler yapılmıştır. Türkiye'de üreticilere verilen tarımsal desteklemelerin, Kahramanmaraş ilindeki uygulamalarını ortaya koyarak, üreticilerin bu desteklemelerden yararlanma düzeylerini ve bu süreç de çıkan sorunları tespit ederek çözüm önerileri getirmiştir. Kahramanmaraş ili Merkez ilçe köylerindeki üreticilerin tarımsal destek ödemelerinden, yararlanma durumları, destek ödemelerinin nasıl daha iyi olacağı hususları, beklentileri ile refah düzeylerine olan etkileri araştırılmıştır. Bu amaçla üreticileri etkileyebilecek faktörlerden varsayılan çiftçilerin yaşı, gelir düzeyi ile tarımsal faaliyet durumları, tarımsal destek ödemelerinden haberdar olmaları, yeterli ve yetersiz gördükleri destek ödemeleri, destekler hakkında bilgi alma durumları, gelir düzeylerine olan etkileri ve hangi destek ödemelerinden daha fazla yararlanabildikleri gibi faktörler incelenmiştir.

Topcu (2008), ''Çiftçilerin Tarımsal Destekleme Politikalarından Faydalanma İstekliliğinde Etkili Faktörlerin Analizi: Erzurum İli Örneği'' adlı çalışmada, Erzurum'da 125 tarım işletmesine yapılan anket sonucunda, üreticilere verilen tarımsal desteklerin ve uygulanan tarım politikalarının eksik yönlerini ortaya koyulmuş ve bu ortaya konulan eksik yönlerin giderilmesi için öneriler sunulmuştur. Araştırma bölgesindeki tarım işletmelerinin küçük ve parçalı, işletme başına nüfus yoğunluğunun fazla ve verimlilik oranın oldukça düşük olması tarımsal

gelirin düşük düzeylerde kalmasına yol açtığı görülmektedir. Bu da işletmelerin yatırım yaparak, kendilerini geliştirmelerini güçleştirmekte ve dış destekleri zorunlu hale getirmektedir. Tarımsal desteklemelerden

faydalanma istekliliğini artırarak, tarımsal yapı ve gelirlerde iyileşme sağlamak için, bu desteklerin sözü edilen faktörler göz önüne alınarak planlanması büyük önem arz ettiği görülmektedir.

Daldal (2016), ''Tarımsal Desteklemelere Üreticilerin Yaklaşımı: Tekirdağ İli Örneği'' adlı çalışmasında Türkiye'de hali hazırda uygulanan tarımsal desteklemelerin durumu incelenerek üreticilerin bu desteklemelere olan yaklaşımı değerlendirilmiştir. Destekleme politikalarının eksik yönleri bulunmaya çalışılmıştır. Ayrıca üreticilerin destekleri kullanma biçimleri ve geleceğe ilişkin beklentileri de irdelenmiştir. Tarım sektöründeki sorunlar üreticilerin gözünden değerlendirilmiş ve çözüm önerileri getirilmiştir. Bu amaçla Tekirdağ ili 11 ilçesi ve bu ilçelere bağlı 39 mahalleden toplam 146 üreticiyle anket yapılmıştır. Anket yapılan üreticilerin tamamının tarımsal desteklemelerden yararlandığı tespit edilmiştir. Tarımsal desteklerden üreticilerin tamamının yararlandığı, üreticilerin en çok yararlandığı ve faydalı gördüğü desteklerin ise alan bazlı (gübre, mazot) desteği ile fark (prim) ödemesi destekleridir, fakat üreticilerin ayçiçeği fark (prim) desteği ve bazı hayvancılık desteklemeleri hariç verilen diğer destekleri yeterli görmedikleri saptanmıştır.

İnce (2007), ''Türkiye'de Tarımsal Destekleme Politikalarının Analizi: Manisa İli Örneği'' adlı çalışmada tarımın dünyadaki görünümüne değinilmiş, tarımsal destekleme kavramı kuramsal olarak anlatılmıştır. Buna paralel olarak tarım politikaları ve içerisindeki destekleme politikalarının dünyada ne şekilde uygulandığına, destekleme politikası araçlarına ve bunların etkinliğine değinilmiştir. Türkiye'nin tarımsal yapısı ana hatlarıyla verilerek desteklemeler konusunda gösterdiği gelişim, kullanılan destekleme araçları, bunların hangi amaçla kullanıldıkları ve etkilerinin neler olduğu anlatılmıştır. Desteklemelerin sınıflandırılması yapılarak hangilerinin daha faydalı olacağı konusunda bir ışık tutulmaya çalışılmış, desteklemelerin doğurduğu çeşitli olumlu-olumsuz sonuçlar irdelenmiştir.

KAYNAKÇA

Daldal N., 2016. Tarımsal Desteklemelere Üreticilerin Yaklaşımı: Tekirdağ İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Namık Kemal Üniversitesi, Tekirdağ.

Gürkan M., 2012. Türkiye'de Uygulanan Tarımsal Desteklerin Üretici Açısından Değerlendirilmesi (Kahramanmaraş İli Örneği). Yüksek Lisans Tezi. Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat.

Topcu Y., 2008. Çiftçilerin Tarımsal Destekleme Politikalarından Faydalanma İstekliliğinde Etkili Faktörlerin Analizi: Erzurum İli Örneği, Erzurum.

İnce T., 2007. Türkiye'de Tarımsal Destekleme Politikalarının Analizi Manisa Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Celal Bayar Üniversitesi, Manisa.

Yamane T., 1967. Elementary Sampling Theory, Prentice-Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.

Devletin Başarısızlığının Normatif Teorisi ve Piyasa Başarısızlığına Karşı Devletin Başarısızlığı

Doç.Dr. Özlem Özkıvrak[1]

[1]Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, ozlemozkivrak@trakya.edu.tr

Özet: Klasik iktisadi düşünceye göre tam rekabetçi serbest piyasalar kaynakları Pareto etkin bir biçimde tahsis eder ve sosyal refahın maksimizasyonu sağlanır. Ancak piyasa bazı durumlarda etkin kaynak tahsisini sağlayamayabilir. Bu durum geleneksel anlamda piyasa başarısızlığını ifade eder. Refah iktisadında piyasanın başarısız olup olmadığına sonuç etkinliği kriterine göre karar verilir ve piyasa başarısızlığı ortaya çıktığında devletin piyasaya müdahale ederek, marjinal eşitliklere ulaşılmasını sağlayabileceği ileri sürülür. Bununla birlikte günümüzde piyasa başarısızlığı gibi devletin başarısızlığının da söz konusu olduğu bilinmektedir. Süreç etkinliği kriterine önem veren kamu tercihi teorisyenleri, devlet kesiminde kaynak tahsis sürecini incelemişler ve piyasa başarısızlığı teorisine karşı devletin başarısızlığının pozitif teorisini geliştirmişlerdir. Açıktır ki piyasa başarısızlığı gibi devletin de başarısızlığının söz konusu olması her toplumda piyasa başarısızlığına bağlı olarak devletin üstleneceği görevlerin belirlenmesinde piyasa ve devlet arasında bir seçim yapılmasını zorunlu hale getirmektedir. Ancak, kamu tercihi teorisinin sağladığı pozitif analitik yapı, piyasa-dışı faaliyetin normatif analizini zorlaştırmaktadır. Oysa politika alanında uygulayıcılar, mevcut piyasa başarısızlığı teorisiyle kavramsal açıdan benzer işlevi görecek normatif bir devletin başarısızlığı teorisine ihtiyaç duyarlar. Çünkü devlet müdahalesinin etkisini değerlendirmede bu nitelikte bir teori, gerçek dünya piyasalarını değerlendirmede piyasa başarısızlığı teorisinin ortaya koyduğu standartlara benzer belirli kriterler sağlayabilir. Kamu tercihinin pozitif nitelikteki devletin başarısızlığı teorisinden oldukça farklı olan ve piyasa başarısızlığı teorisine benzer bir kavramsal yapı sunan normatif nitelikte bir devletin başarısızlığı teorisinin geliştirilmesi yönündeki ilk girişim Charles Wolf'a aittir. Bu çalışmada Wolf'un "piyasa-dışının başarısızlığı teorisini" ve piyasa başarısızlığı ve devletin başarısızlığının karşılaştırılmasına ilişkin yaklaşımını ortaya koymaya çalışacağız.

Anahtar Kelimeler: Piyasa Başarısızlığı Teorisi, Devletin Başarısızlığı Teorisi, Kamu Tercihi Teorisi.

1. GİRİŞ

Klasik iktisadi düşünceye göre tam rekabetçi serbest piyasalar kaynakları Pareto etkin bir biçimde tahsis eder ve sosyal refahın maksimizasyonu sağlanır. Ancak piyasa bazı durumlarda etkin kaynak tahsisini sağlayamayabilir. Bu durum geleneksel anlamda piyasa başarısızlığını ifade eder. Refah iktisadında piyasanın başarısız olup olmadığına sonuç etkinliği kriterine göre karar verilir ve piyasa başarısızlığı ortaya çıktığında devletin piyasaya müdahale ederek, marjinal eşitliklere ulaşılmasını sağlayabileceği ileri sürülür. Daha genel olarak etkinsizlik yanında, eşitsizlik, istikrarsızlık, vb. durumlardan herhangi birisinin mevcudiyeti çoğu kez devletin piyasa müdahalesini davet etmektedir. Bununla birlikte, herhangi bir durumda piyasa başarısızlığını düzeltmek için gerçekleştirilen devlet müdahalesinin her zaman başarı ile sonuçlanması şüphesiz şart değildir. Piyasa başarısızlığı gibi devletin başarısızlığı da söz konusu olabilir. Örneğin, devletin dışsallıkların söz konusu olduğu bir durumda, etkinlik kaygısı ile uygulamaya koyduğu bir programın maliyeti, dışsallığın yol açtığı maliyeti aşabilir.

Zaman içinde gerçekten piyasa başarısızlığını düzeltmek amacıyla uygulamaya konan devlet programlarının da çoğu kez amaçlanan ve beklenen sonuçlara ulaşmada başarılı olamadığı görülmüştür. Bu nedenle, piyasa başarısızlıklarının mevcut olduğu durumlarda öncelikle devletin bu başarısızlıkları gidermek amacıyla ekonomiye müdahalesinin gerçekten gerekli olup olmadığı, eğer devlet müdahalede bulunursa bu müdahalenin gerçekten söz konusu başarısızlığı gidermede etkili olup olmayacağı şeklindeki soruların cevaplandırılması gerekir. Bu da piyasanın ve devletin başarısızlığının karşılaştırılması ve buna göre birinin tercih edilmesi anlamına gelmektedir. Bununla birlikte, piyasa ve devlet arasında karşılaştırma ve seçim yapılması oldukça karmaşık ve çok yönlüdür. Çünkü, Charles Wolf'un (1998) ifade ettiği gibi, söz konusu seçim kusursuz piyasa ve kusursuz devlet arasında değil; mükemmel olmayan iki alternatif arasında yani kusurları olan piyasa ile kusurları olan devlet arasında yapılmaktadır. Piyasa başarısızlığı ve devletin başarısızlığının bu doğrultuda çok çeşitli yönlerden ve farklı kriterlerden hareketle karşılaştırılması mümkündür. Bununla birlikte bu amaçla kullanılan başlıca kriterler etkinlik ve adalettir.

[1] Bu çalışma yazarın, "Kaynak Tahsisinde Etkinlik Açısından Piyasa Başarısızlığı ve Devletin Başarısızlığının Karşılaştırılması" başlığıyla, Prof.Dr. Coşkun Can Aktan danışmalığında 2002 yılında tamamlamış olduğu doktora tezinden üretilmiştir.

Bu çalışmanın amacı Neo-Klasik iktisatçıların geliştirdiği normatif nitelikli piyasa başarısızlığı teorisi (geleneksel refah teorisi) ile Charles Wolf'un piyasa başarısızlığı teorisine benzer bir kavramsal yapı sunan bu alanda öncü olan normatif nitelikli piyasa-dışının başarısızlığı teorisini (ya da piyasa-dışı başarısızlık teorisi) temel unsurları itibariyle açıklamak ve Wolf'un piyasa başarısızlığı ve piyasa-dışı başarısızlığın analitik olarak karşılaştırılmasına ilişkin yaklaşımını incelemektir. Bu çerçevede çalışmanın ikinci bölümünde piyasa başarısızlığı teorisi ile ilgili açıklamalara yer verilmekte ve kamu tercihi iktisatçılarının geliştirdiği devletin başarısızlığının pozitif teorisi özetlenmektedir. Üçüncü bölümde, Wolf'un normatif nitelikli piyasa-dışı başarısızlık teorisi ile piyasa başarısızlığı ve piyasa-dışı başarısızlığın karşılaştırılmasına ilişkin yaklaşımını ele alınmaktadır. Çalışmanın son bölümü sonuç kısmından oluşmaktadır.

2. PİYASA BAŞARISIZLIĞI TEORİSİ VE DEVLETİN BAŞARISIZLIĞININ POZİTİF TEORİSİ

Refah ekonomisinin temel teoremine göre, teknoloji, zevkler ve üreticilerin motivasyonları hakkında belirli güçlü varsayımlar altında tam rekabetçi piyasalardan oluşan bir sistemin denge koşulları tam olarak Pareto etkinlik ya da optimalite koşullarını sağlayacaktır (Bator, 1958: 351). Ancak gerçek hayatta durumun farklı olduğu görülmüştür. Gerçekten piyasa ekonomisini benimseyen toplumlarda devletin piyasalara müdahalesinin ilk ve temel gerekçelerinden biri rekabetçi serbest piyasaların (devletin müdahale etmediği piyasaları ifade etmektedir) bazı durumların varlığı halinde Pareto optimal kaynak tahsisine ulaşamaması olmuştur.

19. yüzyılın ikinci yarısından 1930'lu yıllara gelene kadar tam kamusal mallar ve doğal tekeller yanında dışsallıkların mevcut olduğu durumlarda serbest piyasaların beklenen performansı göstermediği, etkin kaynak tahsisini gerçekleştirmedikleri gözlenmiştir. Bu hususlar, söz konusu durumların varlığı halinde piyasanın başarısız olduğu ve devletin piyasaların işleyişine müdahale ederek, piyasaları düzenlemesi ya da dışsallıkların yoğun şekilde mevcut olduğu mal ve hizmetler ile sürekli ölçekten getiri halinin geçerli olduğu doğal tekel mallarını sunması gerektiği fikrinin doğmasına yol açmıştır. Bu çerçevede Neo-Klasik iktisatçılar 1930'lu yıllardan başlayarak refah teorisi olarak da adlandırılan piyasa başarısızlığı teorisini geliştirmişlerdir. Piyasa başarısızlığı teorisinin temel konuları, piyasa ekonomisinde kaynak tahsisinde etkinlik için gerekli ve yeterli koşullar olarak anlaşılmıştır. Buna göre, gerçek hayattaki piyasalar, bu teori ile ortaya konan "ideal piyasa ekonomisi" ile aynı sonuçlara ulaşmıyorsa, piyasanın başarısız olduğu kabul edilmiştir.

Piyasa başarısızlığı geleneksel anlamda "*tam rekabet koşullarına sahip serbest piyasaların belirli durumlarda Pareto optimal kaynak tahsisini gerçekleştirememesi*"ni ifade etmektedir. "Piyasa başarısızlığı (market failure)" ile iktisatçıların kastettiği de çoğu kez tam rekabetçi piyasanın Pareto optimal kaynak tahsisini sağlayamaması yani geleneksel anlamda piyasa başarısızlığıdır. Geleneksel anlamda piyasa başarısızlığına yol açan durumları buna göre; (i) tam kamusal malların mevcudiyeti (ii) dışsallıkların mevcudiyeti, (iii) ölçekten artan getiri ya da ölçekten artan verim halinin geçerli olduğu üretim kollarının mevcudiyeti olarak sıralayabiliriz.

Piyasa başarısızlığını David N. Hyman "tam rekabetçi piyasada kişilerin bağımsız maksimize edici davranışlarının kendiliğinden etkinliği sağlayamaması" olarak tanımlamaktadır (Hyman, 1973: 43). Hyman'ın tanımı, görüldüğü gibi, geleneksel piyasa başarısızlığı kavramıyla ilişkilidir. Ancak Hyman, piyasa başarısızlığına yol açan durumları daha farklı bir şekilde dışsallıklar ve doğal monopoller olarak iki başlık altında ele almaktadır.

Geniş anlamda piyasa başarısızlığını ise, *"serbest piyasaların belirli durumlarda Pareto optimal kaynak tahsisini gerçekleştirememesi"* şeklinde tanımlayabiliriz. Piyasa başarısızlığı geleneksel anlamda, sadece *"tam rekabetçi"* serbest piyasalar"da gerçekleşen kaynak tahsisinin etkinsizliği ile ilgili iken; geniş anlamda, *"serbest piyasalar"da* gerçekleşen kaynak tahsislerinin etkinsizliği ile ilgilidir. Dolayısıyla, geniş anlamda piyasa başarısızlığı tanımına göre piyasa başarısızlığına yol açan durumlar, geleneksel anlamda piyasa başarısızlığına yol açan durumlardan daha fazladır. Geniş anlamda piyasa başarısızlığına yol açan durumları genel olarak şu şekilde sıralayabiliriz (Barr, 1998: 78): (i) tam kamusal malların mevcudiyeti (ii) dışsallıkların mevcudiyeti, (iii) ölçekten artan getiri ya da artan verim halinin geçerli olduğu üretim kollarının mevcudiyeti (iv) eksik rekabet ve (v) eksik bilgi.

Robert H. Haveman'ın, piyasa başarısızlığı konusuna yaklaşımı ikinci tanıma uygundur. Haveman, piyasa sisteminin etkin bir şekilde işleyebilmesi için gerekli koşulları; ekonomideki tüm piyasalarda rekabet ve artan maliyet halinin mevcudiyeti, kamu mallarının olmaması, tam bilgi ve tam mobilite ile özel mülkiyet şeklinde sıralamakta ve bu koşullardan birinin olmayışı halinde serbest piyasaların başarısız olacağını söylemektedir (Haveman, 1970: 31). Benzer şekilde Stephan J. Bailey'in yaklaşımı da ikinci tanıma daha çok uymaktadır. Bailey'e göre (1995: 26-27); "rekabetçi piyasalar belirli koşullar altında etkin kaynak tahsisini başarabilir, ancak, rekabetin yerini monopol ya da oligopoller aldığında, dışsallıklar, kamusal mallar ve merit mallar mevcut olduğunda piyasa etkin kaynak tahsisini sağlamada başarısız olur". Harvey Rosen de, piyasa başarısızlığını

"piyasaların etkin kaynak tahsisini sağlayamamaları" şeklinde ifade etmekte ve piyasa başarısızlığının nedenlerini, monopollerin, tam kamusal malların ve dışsallıkların mevcudiyeti, bilginin maliyetli olması ve bir mal ya da hizmetin piyasasının olmaması şeklinde sıralamaktadır (Rosen, 1985: 61). Görünmez El Teoremi, her bir mal ve hizmet için bir piyasanın mevcut olduğu (tam piyasalar -complete markets) varsayımına dayanır. Ancak gerçek hayatta bazen bir mal ya da hizmetin piyasası mevcut olmamakta dolayısıyla bunların hiç üretilmemesi söz konusu olabilmektedir. Eksik piyasalar (incomplete markets) olarak adlandırılan bu piyasalarda mal veya hizmetin arz maliyetleri bireylerin ödemeye hazır olduğu miktarın altında olmasına karşın söz konusu mal veya hizmet üreticiler tarafından sağlanmamaktadır. Bu tür piyasalara sigorta piyasaları örnek verilebilir. Sigorta piyasalarında geçmişten günümüze oldukça önemli gelişmeler yaşanmakla birlikte hala özel sigorta kurumları bazı risklere karşı sigorta hizmeti sunmamaktadır (bkz. Stiglitz, 1994: 94-95 ve Rosen, 1985: 63).

Piyasa başarısızlığının teorik alandaki en çarpıcı ve belki de en önemli sonucu, devletin ekonomik hayata müdahalesi için güçlü bir gerekçe oluşturması olmuştur. Jack Ochs'un (1974: 13-14) ifade ettiği gibi: *"Eğer A sistemi Pareto optimum bir kaynak tahsisini gerçekleştiriyor, B gerçekleştirmiyorsa, devletin, ekonominin B'deki gibi olduğundan ziyade A'daki gibi işlemesini ya da performans göstermesini sağlayacak politikaları kabul etmesi gerektiği ileri sürülebilir."*

Böylece piyasa başarısızlığının ortaya çıktığı hallerde devlet, ekonomiye müdahale ederek piyasa başarısızlığını çözümleyemeye yönelik politikalar izleyebilir. Refah teorisi bu noktada ideal devlet anlayışını benimser. Buna göre devlet, sorunsuz ve pürüzsüz bir biçimde toplumsal refahı iyileştirecek piyasa başarısızlığını çözümleyici önlemleri alır ve uygular. Bundan sonra piyasaları tekrar kendi haline bırakır ve ekonomiye müdahale etmez.

Refah iktisadının geleneksel piyasa başarısızlığı yaklaşımı, esas itibariyle ekonomide devlet müdahalesinin gerekli olduğu alanları ve devlet müdahalesinin en uygun şeklini belirlemede değerli bir teorik altyapı sağlamaktadır. Diğer yandan piyasa başarısızlığı teorisine yöneltilen en önemli eleştirilerden biri de teorinin zımnen devlet müdahalesinin daima amaçlarına ulaşmada yani piyasa başarısızlığını çözmede başarılı olacağı varsayımını içermesi ve bu durumun, fark edilen sosyal ve ekonomik sorunlara müdahaleci çözümler yönünde bir eğilime yol açması olmuştur (Dollery, 1994: 1-2). Bununla birlikte, piyasa başarısızlığı konusunda refah iktisadı alanında yapılan çalışmalar, 1960'lı yıllara kadar hem teorik alanda hem de uygulamada oldukça önemli bir etkiye sahip olmuş ve piyasa başarısızlığı gerekçesi ile devletin piyasanın işleyişine müdahalesi genel olarak olumlu karşılanmıştır.

1960'lı yıllar ve sonrasında ise zaman içinde giderek artan devlet müdahalelerinin gerçekten amacına ulaşıp ulaşmadığı diğer bir deyişle devletin etkin kaynak tahsisini gerçekleştirmede ne ölçüde başarılı olduğu sorgulanmaya başlamıştır. Bu kapsamda devletin kaynak tahsis süreci ve bu sürecin niteliklerinin devletin piyasa başarısızlığını çözme olasılığını ne yönde etkilediği meselesi önem kazanmıştır. Bu meseleye ilişkin teorik altyapı ise kamu tercihi iktisatçıları tarafından ortaya konmuştur. Geleneksel ekonominin araçlarını politik alana uygulayan ve devletin kaynak tahsis sürecinin pozitif bir analizini sunan kamu tercihi iktisatçıları, normatif piyasa başarısızlığı teorisine karşı pozitif devletin başarısızlığı teorisini ileri sürmektedirler (bkz. Buchanan, 1991; Caplan, 1999; Mueller, 1979; Mueller, 1993; Mitchell, 1978; Niskanen, 1993; Olson, 1993 ve Tullock, 1993).

Refah teorisinde Pareto optimumu ya da üst düzey etkinlik koşulları, kaynakların tahsisinde etkinlik için her bir mal ya da hizmetin marjinal maliyetine eşit fiyatlandırılmasını ifade eder. Buna göre, piyasada gerçekleşen kaynak tahsisi, marjinal eşitlikleri karşılıyorsa etkin olarak kabul edilir. Eğer bu marjinal eşitlikleri karşılayamıyorsa piyasanın başarısız olduğu kabul edilir. Burada etkinlik açısından önemli olan piyasanın meydana getirdiği sonuçlardır. Diğer bir deyişle piyasanın etkinliğine, bir kaynak tahsis sistemi ya da karar alma mekanizması olarak sahip olduğu niteliklere göre değil, meydana getirdiği sonuçlara göre karar verilir. Bu durumda devletin büyük ölçüde sorunsuz olarak görülen ve analizin dışında tutulan rolü "piyasa başarısızlığını" düzeltmektir. Piyasa başarısızlığı ile ilgili devletin rolüne geleneksel yaklaşımı Wiseman "sonuç etkinliği (outcomes efficiency)" olarak adlandırmaktadır (Cullis ve Jones, 1992: 18).

Kamu tercihi yaklaşımında marjinal eşitliklerin dikkatleri "tahsis sistemleri ya da teknikleri"nin etkinliğinin eşit derecedeki öneminden uzaklaştırdığı kabul edilir ve dikkatler "süreç etkinliğine (process efficiency)" çevrilir (Cullis ve Jones, 1992: 18). Refah teorisi, kaynak dağılımında etkinlik için gerekli şartları sağlamada piyasa sürecinin başarısızlığını ortaya koyarken kamu tercihi teorisi süreç etkinliğini ön plana çıkararak devletin uygulayacağı düzenleyici önlemlerin etkin kaynak dağılımını gerçekleştirmedeki başarısızlığını ortaya koyar. Böylece kamu tercihi teorisi, piyasa başarısızlığı ve devletin başarısızlığı ile kurumsal-organizasyon yapısına atıfta bulunmaktadır (Buchanan, 1991: 110).

Kamu tercihi teorisine göre piyasa ekonomisi ve devlet iki farklı kurumsal yapı olarak karşımıza çıkar. Bu iki organizasyonda da tercihleri olan ve faaliyette bulunan, iki alanda da aynı davranış kalıbına sahip olduğu varsayılan bireylerdir. Ancak iki organizasyonun sahip olduğu kurum ve kuralların farklılığı sonucu karar alan bireylerin karşı karşıya kaldığı teşvik (ödül) ve ceza yapıları farklıdır. Kamu tercihi yaklaşımına göre, bireylerin herhangi bir kurumsal ortamda, kendi dar kişisel çıkarlarını hızlı ve etkili bir biçimde bulacakları umulabilir (Cullis ve Jones, 1992: 18). Buradan yola çıkarak kamu tercihi teorisyenleri piyasa ekonomisi ve kamu ekonomisinin sahip olduğu kurumsal yapıyı ve süreçleri analiz etmektedirler. Böylece, geleneksel yaklaşımda ihmal edilen siyasal yönetimin kurumsal yapısı ve siyasal karar alma süreci analize dahil edilerek, piyasa başarısızlığını pürüzsüzce çözebilen "süper" devlet anlayışının eksikliği ortaya çıkarılmaktadır.

Kamu tercihi teorisyenleri, yaklaşımları normatif unsurlar taşımakla birlikte pozitif orjinli "süreç etkinliğine" dayalı olarak kişisel çıkar peşinde koşan aktörlerin kamu sektöründe cazip buldukları şeyi göstermişlerdir. Daha geleneksel görüşte literatür, bir kamu sektörü aktörünün, veri bir ortam içinde yani kamusal/politik alanda ekonomik etkinliği aklında tutarak, ne yapması gerektiği üzerinde yoğunlaşmaktadır. Kamu tercihi literatüründe ise, veri bir ortamda (kamu sektörü/politika), siyasal yönetimdeki fayda maksimize eden bireylerin etkinliği (ve eşitliği) bozacak biçimde nasıl davrandığı ya da davranacağı ve bunun nasıl engellenebileceği soruları önem taşır (Cullis ve Jones, 1992: 19). Böylece, kamu tercihi teorisi, kurum veya kuralların koyduğu sınırlamalar ve tahmin edilen işleyiş özelliklerini inceler ve eğer kurallar değiştirilirse daha iyi sonuçlar elde edilebileceğini göstermeye çalışır.

Ancak, kamu tercihi teorisinin sağladığı pozitif analitik yapı, piyasa-dışı faaliyetin normatif analizini zorlaştırmaktadır. Oysa politika alanında uygulayıcılar, mevcut piyasa başarısızlığı teorisiyle kavramsal açıdan benzer işlevi görecek normatif bir devletin başarısızlığı teorisine ihtiyaç duyarlar. Çünkü devlet müdahalesinin etkisini değerlendirmede bu nitelikte bir teori, gerçek dünya piyasalarını değerlendirmede piyasa başarısızlığı teorisinin ortaya koyduğu standartlara benzer belirli kriterler sağlayabilir (Dollery, 1994: 1-2).

Kamu tercihinin pozitif nitelikteki devletin başarısızlığı teorisinden oldukça farklı olan ve piyasa başarısızlığı teorisine benzer bir kavramsal yapı sunan normatif nitelikte bir devletin başarısızlığı teorisinin geliştirilmesi yönündeki ilk girişim Charles Wolf'a aittir (bkz. Wolf: 1979 ve 1987). Wolf'un "piyasa-dışının başarısızlığı teorisi" yanında, Julian Le Grand'ın "devletin başarısızlığı"(1991) ve Vining ve Weimer'in (1990) "yönetsel üretim başarısızlığı" teorileri de bu alandaki başlıca çalışmalardır.

İzleyen bölümde devletin başarısızlığının normatif teorisinin temellerini atan Wolf'un "piyasa-dışının başarısızlığı teorisi"ni ve piyasa başarısızlığı ve devletin başarısızlığına ilişkin yaklaşımını ele alacağız.

3. DEVLETİN BAŞARISIZLIĞININ NORMATİF TEORİSİ

Charles Wolf, normatif bir yaklaşımla piyasa başarısızlığı ve piyasa-dışının başarısızlığı konularını ele almakta ve piyasa ile devlet arasında, iki kesimin başarısızlıklarından yola çıkarak bir karşılaştırma yapmaktadır. Bu bölümde Wolf'un "piyasa-dışının başarısızlığı teorisi"ni ve piyasa başarısızlığı ve devletin başarısızlığına ilişkin yaklaşımını yazarın "Piyasa ve Devlet" (1998) adlı çalışmasına dayalı olarak temel unsurları itibariyle açıklamaya çalışacağız.

Wolf'un normatif bir nitelik taşıyan "piyasa-dışının başarısızlığı teorisi", piyasa başarısızlığı teorisine benzer bir kavramsal yapı sunmaktadır. Öncelikle Wolf, piyasa başarısızlığı kavramını geniş anlamda ele almaktadır. O'na göre piyasa başarısızlığı, tam rekabetçi piyasalarda etkin kaynak tahsisinden sapmalar yanında tam rekabetten sapmalar ve gelir dağılımında eşitsizliği de kapsamaktadır. Diğer yandan, devletin başarısızlığı yerine "piyasa-dışının başarısızlığını (non-market failure)" dikkate almaktadır. Buna göre, devlet yanında vakıflar, okul aile birlikleri gibi piyasa-dışı organizasyonlar da inceleme kapsamına dahil edilmektedir. Bu kısımda devletin başarısızlığı terimini, Wolf'un yaklaşımı çerçevesinde piyasa-dışının başarısızlığı terimi ile aynı anlamda kullanıyoruz.

Wolf, piyasa-dışının başarısızlığına yol açan nedenlerden önce piyasa-dışı arz ve talebin özelliklerini incelemektedir. Piyasalar ve piyasa-dışı organizasyonlar arasındaki temel fark O'na göre, elde ettikleri gelirlerin farklı olmasıdır. Piyasa-dışı kurumlar gelirlerini vergi, harç, bağış gibi fiyat dışı araçlardan elde ederler.

Wolf'a göre, piyasa-dışı talep ve arzın yapısal özellikleri piyasa-dışı başarısızlığın nedenlerini de oluşturur. Wolf piyasa-dışı talebin yapısını oluşturan temel hususları şu şekilde belirtmektedir: i) Toplumun piyasalara ilişkin eksiklik ya da kusurlardan daha fazla haberdar olması: piyasa başarısızlığına yol açan durumların sayılarının ve etkilerinin artması ve haberleşme olanaklarının gelişmesi ile birlikte toplumun piyasadaki kusur ya da

eksikliklerden daha fazla haberdar olması ii) Politik Örgütlenme: İlk koşula bağlı olarak toplumdaki çeşitli politik ve sosyal grupların piyasa başarısızlıklarına çare bulması için siyasal yönetime baskı yapması. iii) Politik Ödüllerin Yapısı: Karar alıcılar ve bürokratlar toplumun artan piyasa-dışı talebinin yerine getirilmesine aracılık etmekte ve sorunları belirleyerek çözüm önerileri ortaya koymaktadırlar. Ancak bu kişiler, belirlenen çözüm önerilerinin yerine getirilip getirilmemesi konusunda fazla bir sorumluluğa sahip olmadıkları halde, politik ödüllerin çoğuna sahip olurlar. iv) Politikacıların zamanı indirgeme oranının yüksekliği. Bu özellik, politik miyopluk ya da uzağı görememe etkisini ifade etmektedir. Buna göre, görevde kalma süreleri pek uzun olmayan politikacılar kısa-orta dönemdeki fayda ve maliyetleri gerçek değerlerinden çok daha yüksek, uzun dönemde ya da gelecekteki fayda ve maliyetleri ise gerçek değerlerinden daha düşük hatta sıfır kabul etme eğilimindedirler. v) Parasal yükler ve parasal faydaların ayrılması. Toplumda piyasa-dışının sunduğu mal ve hizmetleri talep eden, bunlardan yararlananlar ile bu mal ve hizmetlerin maliyetini taşıyanlar birbirinden farklı olduğu ölçüde, fayda sağlayan kesim, politik ancak ekonomik olmayan bir efektif talep oluşturacaktır.

Wolf'a göre, piyasa-dışı arzın yapısını oluşturan temel hususlar ise şunlardır: i) Çıktının tanımlanması ve ölçülmesindeki güçlükler: Piyasa dışında üretilen çıktıların kavramsal ve pratik olarak tanımlanması, miktarlarının ölçülmesi ve kalitesinin değerlendirilmesi oldukça güçtür. Örneğin, savunma hizmetleri, gıda kontrolleri, devletin verdiği çeşitli ruhsatlar, vb. Bu nedenle, bu çıktıların değeri, üretimlerinde kullanılan girdilerin toplam değerine eşittir. Piyasa-dışı çıktılar daha ziyade ara malı niteliğinde olduğu için, üretilen çıktının nihai değeri böylece ancak yaklaşık olarak belirlenebilmektedir. Piyasa-dışı ürünlerin kalitesini değerlendirmek de güçtür. Piyasadaki ürünlerin kalitesi tüketicilerin davranışları ve yaptıkları seçimlerden anlaşılabilir. Ancak piyasa-dışı ürünler söz konusu olduğunda bu tür bilgiler ya da göstergelerden yararlanmak pek mümkün değildir. Bununla birlikte özel kesimce sunulabilen eğitim, sağlık gibi hizmetlerde özel ve kamusal çıktının nitelikleri bir ölçüde karşılaştırılabilir ve buna göre bir değerlendirme yapılabilir. ii) Üretimin tek bir kaynak tarafından gerçekleştirilmesi yani kamu monopolü: Piyasa-dışı çıktılar genel olarak monopol durumundaki kurumlar tarafından üretilmektedir. Rekabete açık olmayan bu kurumların çıktılarının kalitesini değerlendirmek de pek kolay bir iş değildir. iii) Üretim teknolojisindeki belirsizlik: Piyasa dışındaki çıktıların üretiminde kullanılan teknoloji çoğu kez ya bilinmemektedir ya da büyük ölçüde belirsizdir. Diğer yandan teknoloji konusunda bilgiler mevcut olsa bile savunma hizmetlerinde olduğu gibi girdi ve çıktı arasındaki teknik ilişki bilinmemektedir. iv) Zarar noktasının ve üretimi kesecek bir mekanizmanın bulunmaması: Piyasa dışındaki üretimde, piyasa üretimindeki gibi bir zarar ya da kar noktası yoktur. Aynı zamanda, zarar söz konusu olduğunda üretimi durduracak güvenilir bir mekanizma da yoktur.

Wolf, devletin başarısızlığının da tıpkı piyasa başarısızlığı gibi arz ve talep özelliklerine bağlı olarak ortaya çıktığını ve bu nedenle devlet ve piyasalar arasındaki seçimin mükemmel olmayan iki seçenek arasından yapıldığını ileri sürmektedir.

Wolf bu çerçevede devletin başarısızlığına yol açan nedenleri ise dört başlık altında toplamaktadır.

i) Masraflar ve Gelirler Arasındaki Ayrım: Aşırı ve Artan Maliyetler. Piyasalar, mükemmel olmasa bile bir faaliyetin gerçekleştirilmesi ve yürütülmesi için gerekli masraflar ile söz konusu faaliyetin sağladığı gelir arasında "fiyat" vasıtası ile bir bağ oluşturmaktadır. Oysa politik alanda gerçekleştirilen faaliyetlerin masrafları ile sağladığı gelir arasında "fiyat" gibi bağ oluşturan bir araç yoktur. Diğer bir deyişle politik alanda, piyasada fiyatın gördüğü işlevi görecek bir araç mevcut değildir. Bu şekilde politik alanda masraflar ve gelirler arasında bir bağın olmaması, siyasal çıktının yeterliliği ve değeri ile çıktının üretim maliyetinin birbirinden ayrılmasına neden olmakta ve kaynak tahsisinde ciddi boyutlara varan etkinsizliklere yol açabilmektedir. Gerçekten, faaliyet gelirleri ile üretim maliyeti arasında hiç bir ilişkinin bulunmaması, belirli bir miktar çıktının üretilmesi için gereğinden fazla kaynağın kullanılmasına (X-etkinsizlik) ya da bir piyasa başarısızlığının önlenmesi için gereğinden fazla kamusal faaliyetin yürütülmesine (tahsis etkinsizliği) neden olabilir.

Wolf'a göre, piyasa başarısızlığı durumunda izlenen politika ister kamu üretimi, ister transfer ödemesi ya da yasal düzenleme olsun, sonuçta siyasal faaliyet, gereğinden fazla masrafa yol açmakta yani üretim, üretim olanakları eğrisinin içinde bir noktada gerçekleşmekte ve üretim masrafları artma eğilimi göstermektedir. Maliyetlerin düşürülmesi, verimliliğin arttırılması ve ölçek ekonomilerine ulaşmak için geliştirilen yeni teknolojilerden yararlanma olanağı kamu kesiminde, özel kesime oranla daha düşüktür. Çünkü kamu kesiminde yeni teknolojilerin kullanımı zahmetli olup, kazançları belirsiz ve değişim yapmamanın maliyeti ise oldukça düşüktür. Böylece kamu kesiminde etkin olmayan üretim tekniklerinin kullanılması ve masrafların gereğinden büyük olması devletin başarısızlığına yol açmaktadır.

Wolf, üretim miktarının ölçülmesi konusundaki güçlüklerin, kuruluşların asıl hedeflerinden sapmasına ve böylece gereksiz masraflara yol açabildiğini ileri sürmekte, ayrıca kamusal faaliyeti durduracak bir mekanizmanın olmamasının, gereksiz yere yapılan masrafların zaman içinde artmasına ve yöneticilerin kurumun içsel hedeflerine daha çok yönelmelerine neden olduğunu söylemektedir.

ii) İçsellikler ve Kurumsal Hedefler: Wolf, faaliyetlerini sürdürebilmek için tüm kuruluşların açık olarak ortaya konmuş olan standartlara ihtiyaç duyduklarını ve bu standartların kurumun dış ilişkilerinden çok iç ilişkilerini ilgilendirdiğini belirtmektedir. Personelin başarısının değerlendirilmesi, terfilerin, maaşların ve ikramiyelerin belirlenmesi vb. hususlarda tüketicilerin davranışları, piyasa payları, karlılık oranları gibi kriterler piyasa kuruluşları için başarı ölçütleri olurken, kamu kuruluşları için böyle ölçütler mevcut değildir. Kamu kuruluşlarının "içsellikler" adı verilen standartları vardır. Bu standartlar, kamu kuruluşlarını yönlendiren, düzenleyen ve başarıyı değerlendirmede kullanılan bazı hedeflerdir. Piyasadaki kuruluşların içsel standartları dolaylı yoldan da olsa, piyasadaki sınavlar, cevap verilmesi ya da tahmin edilmesi gereken tüketici davranışlarına göre belirlenmektedir. Satışlar, gelirler ve masraflar piyasa kuruluşlarının davranışlarını şekillendirmektedir. Piyasa kuruluşlarının içsel davranışları dıştaki fiyat sistemi ile uyum içinde olmalıdır. Çünkü aksi durumda firmanın zarar etmesi hatta iflası söz konusu olabilir.

Wolf'a göre, bürolarda ise, üretilen çıktının tanımlanması ve ölçülmesindeki güçlükler ve tüketicilerden sinyal ya da geri bildirimlerin gelmemesi ya da bu sinyallerin güvenilir olmaması nedeniyle kamu kuruluşları içsel standartlarını piyasa koşullarına göre şekillendirememektedir. Kamu kuruluşlarının rekabete açık olmaması da içselliklerin piyasa koşullarına göre oluşturulmasına olanak vermemektedir. Bu koşullar altında bürokrasiler, üstlendikleri toplumsal hedefler ile net ve güvenilir bir bağlantısı olmayan içsellikler oluşturmaktadırlar. Wolf'a göre, içsellikler ya da kurumsal hedefler kurumun maksimize etmek istediği fayda fonksiyonun bir unsurudur. Böylece içselliklerin piyasa-dışı kurumların faaliyet sonuçlarını etkilemesi ile dışsallıkların piyasa kurumlarının faaliyetlerini etkilemesi arasında bir paralellik sağlanabilmektedir. Her iki durumda da ortaya çıkan sonuç sosyal optimumdan sapma göstermektedir. Dışsallıklar, karar alıcıların sosyal fayda ve masrafları göz önüne almamaları sonucunda ortaya çıkmaktadır. İçsellikler ise özel ya da kurumsal fayda ve masrafların kamu kesimindeki karar alıcıların davranışlarını etkilemesi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Dışsallıklar nasıl piyasa başarısızlığı teorisinin temelini oluşturuyorsa, devletin başarısızlığı teorisinin temelini de bürokratik çevrelerin faaliyetlerini etkileyen içsellikler oluşturmaktadır.

Wolf'a göre, piyasa kapsamında olumsuz dışsallıklar, piyasa talebinin sosyal talebin üzerinde olması nedeniyle ortaya çıkmaktadır. Olumlu dışsallıklar ise, sosyal talebin piyasa talebinden yüksek olmasına bağlıdır. Piyasada üretilen çıktının sosyal olarak etkin olan çıktı düzeyinin altında ya da üstünde olması durumunda ise piyasa başarısızlığı ortaya çıkmaktadır. Kamu bürokrasilerinde ise, içsellikler maliyet eğrisini yukarı kaydırmakta ve böylece gereksiz maliyetlere, birim başına daha yüksek maliyetlere ve sosyal etkin düzeyden daha düşük reel kamusal çıktı düzeyine yol açmaktadır. İşte devletin başarısızlığı budur.

Wolf, içselliklerin, kamu üretimini gerçekleştiren birimlerde yer alan bireylerin, kişisel amaç ya da hedefleri olarak da ifade edileceğini söylemektedir. Böylece üretilmesi gereken çıktı yerine, bu çıktıyı üretmekle sorumlu kişilerin özel çıkarlarına hizmet edilir. Piyasada dışsallıklar ne kadar sık ve önemli ise, kamu kesiminde de nihai üründen oldukça bağımsız olan içsellikler ya da bireysel hedefler o kadar sık ve önemlidir.

Wolf'a göre, devlet, sosyal talep düzeyini belirlerken aslında dışsallıkları göz önünde bulundurmakta ve böylece etkin çıktı düzeyine daha da yakınlaşmaktadır. Ancak bu durum arz yönünde içsellikler pahasına gerçekleşmektedir. İçsellikler toplam maliyeti arttırarak üretimin sosyal olarak etkin düzeyden uzaklaşmasına neden olabilir.

Devletin başarısızlığına yol açan içsellikler Wolf'a göre üç tanedir. Bunlardan birincisi, bütçenin büyümesidir (daha fazla daha iyidir). Piyasa kuruluşlarında başarının göstergesi olarak kullanılan kar, kamu bürokrasilerinde bir performans standartı olarak işlev görmemekte, bunun yerine kamu kesiminde büroların başarısı bütçelerin hacmi ile ölçülmektedir. Buna göre bir büronun bütçesi ne kadar büyük olursa o kadar başarılı demektir. Bu nedenle piyasadaki kuruluşlarda çalışan kişilerin maliyetleri düşürme çabalarına karşın, kamu kesiminde çalışanlar bütçe hacminin genişlemesi için uğraşırlar. Her büro verilen bütçeyi dönem içinde tamamıyla kullanmaya çalışır. Çünkü aksi halde gelecek yıl kendisine tahsis edilecek ödeneğin azaltılması riski vardır. Böylece, bütçe maksimizasyonu amacı kamusal faaliyetlerin sosyal olarak etkin düzeyden sapmasına yol açar ve devletin başarısızlığı ile sonuçlanır. İkincisi, teknolojik ilerlemedir (yeni ve karmaşık olan daha iyidir). Kamu bürokrasilerinde teknik kaliteyi geliştirmek ortak bir amaç olarak belirlenebilir. Örneğin kaliteli bir sağlık hizmeti ya da gelecek nesillere savunma alanında gelişmiş bir teknoloji bırakmak amacı ile en ileri teknolojinin kullanımı

hedeflenebilir. Burada dikkat çekilen husus, hizmetin fayda ve maliyetlerinden bağımsız olarak yeni ve ileri teknolojilerin tercih edilmesidir. Diğer yandan, örneğin eğitim alanında "basit olan daha iyidir" yaklaşımı benimsenebilir ve buna göre ileri teknolojiden yararlanılmaması da devletin başarısızlığına yol açar. Üçüncüsü, bilgi edinme ve kontroldür (diğerlerinin bilmediğini bilmek daha iyidir). Zamanında gerekli ve yeterli bilgiyi elde etmek, piyasada olduğu gibi kamu kesiminde de etki ve güç kazandırır. Politikacılar ve bürokratlar çoğu kez yeni bilgiyi elde etme, bilgiyi kontrol etme ve hızla yayma konusundaki performanslarına göre değerlendirilir. Böylece, bilgi edinmek, giderek temel amaçlara ulaşmadaki yararlılığından bağımsız olarak, faaliyetin içsel kaynağı haline gelir.

Wolf, piyasa çıktılarına ilişkin dışsallıklar ile kamu kesimi çıktılarına ilişkin içsellikler arasındaki farkı şu şekilde özetlemektedir: Dışsallıklar, bedeli ödenmeyen fayda ve maliyetlerdir. İçsellikler ise, kamusal çıktının üretilmesi için toplumun ödediği bedeldir. Bu bedel, kamu sektöründe yer alan bireylerin kazancı olarak da ifade edilebilir.

iii) Türevsel Dışsallıklar: Piyasa başarısızlığını düzeltmek amacıyla gerçekleştirilen devlet müdahaleleri, öngörülemeyen ve çoğu kez hedeflenen alanın dışında bazı etkilere yol açabilmektedir. Diğer bir deyişle piyasa faaliyetleri gibi siyasal faaliyetlerin de dışsallıklara benzer yan etkileri söz konusu olabilir. Kamu kesimindeki türevsel dışsallıklar da, piyasadaki dışsallıklarda olduğu gibi, kamu kuruluşları tarafından dikkate alınmaz. Bazı durumlarda politik baskılar nedeni ile yan etkileri düşünülmeden kamusal hizmetlere yönelik bir talep oluşturulur. Üstelik türevsel dışsallıklar, genellikle geç ortaya çıkar. Böylece miyopluk etkisine bağlı olarak politikacılar kamusal faaliyetlerin potansiyel dışsallıklarını çoğu kez göz önüne almazlar. Ayrıca, kamusal çıktının tam olarak niteliği ve niceliğinin belirlenmesindeki güçlükler nedeniyle de dışsallıklara pek dikkat edilmez. Aslında türevsel dışsallıkları öngörmek de oldukça güçtür. Çünkü çoğu kez, yan etkiler politikanın hedeflediği kitle üzerinde ortaya çıkmaz.

Wolf, yukarıda belirtilen üç neden yanında dördüncü bir neden olarak gelir dağılımını belirtmektedir. Buna göre piyasanın ve devletin başarısızlığına yol açan nedenleri bir tabloda topluca sunmaktadır. Söz konusu tablo aşağıdaki gibidir. Wolf, gerek piyasa başarısızlığına gerek devletin başarısızlığına yol açan nedenlerin dört başlık altında toplanmasının ve terminolojilerinin birbirine benzemesinin bunların birbirinin karşılığı olduğu anlamına gelmediğini belirtmektedir.

Tablo 1: Piyasanın ve Piyasa-dışının Başarısızlıkları

Piyasa Başarısızlıkları	**Piyasa-dışı Başarısızlıklar**
* Dışsallıklar ve Kamusal Mallar	* Masraflar ve Gelirler Arasındaki Ayrılıklar: Tekrarlanan ve Artan Maliyetler
* Artan Getiriler	* İçsellikler ve Örgüt Hedefleri
* Piyasanın Kusurları	* Türev Dışsallıklar
* Dağıtımsal Eşitsizlik (Gelir ve Servet)	* Dağıtımsal Eşitsizlik (Güç ve Ayrıcalık)

Kaynak: Wolf (1998: 73).

Sonuç olarak Wolf'a göre; i) Devletin başarısızlığına yol açan durumlar da en az piyasa başarısızlığına yol açan durumlar kadar belirli ve tahmin edilebilir bir nitelik taşımaktadır. ii) Devletin başarısızlığına ilişkin özellikler, iki başarısızlık türünün de önemli olduğunu ve her ikisinin de kısmen dahi olsa ihmal edildiğini göstermektedir. iii) Devletin başarısızlığın piyasa başarısızlığından daha az ya da daha fazla zararlı olduğunu bazı durumlarda göstermek mümkün iken, bazı durumlarda hangi tür başarısızlığın daha zararlı olduğunu söylemek güçtür. iv) Piyasa ve devlet arasındaki seçim, mükemmel olmayan iki alternatif arasından yani farklı türdeki ve boyuttaki başarısızlıklar arasında yapılmaktadır.

4. SONUÇ

Piyasa kadar devletin de başarısızlığının söz konusu olması her toplumda piyasa başarısızlığına bağlı olarak devletin üstleneceği görevlerin belirlenmesinde piyasa ve devlet arasında bir seçim yapılmasını zorunlu hale getirmekte ve her toplumun en yüksek refah seviyesine ulaşmak için sahip olduğu yapısal özellikler çerçevesinde piyasa ve devlet arasında optimal görev dağılımını ve kurumsal düzenlemeleri gerçekleştirmesi gerekli görülmektedir. Ancak Wolf'un belirttiği gibi piyasa ve devlet arasındaki seçim, mükemmel olmayan iki alternatif arasında yani farklı türdeki ve boyuttaki başarısızlıklar arasında yapılmaktadır ve bu nedenle güç bir

iştir. Bununla birlikte piyasa ve devlet arasında optimal görev dağılımını gerçekleştirmeyi kolaylaştırmaya yönelik önemli çabalar harcanmaktadır.

Bu çerçevede, Wolf'un normatif bir nitelik taşıyan "piyasa-dışının başarısızlığı teorisi", piyasa başarısızlığı teorisine benzer bir kavramsal yapı sunmakta ve bu alanda öncü bir çalışma olarak literatürde yer almaktadır. Devlet müdahalesinin etkisini değerlendirmede Wolf'un teorisi, gerçek dünya piyasalarını değerlendirmede piyasa başarısızlığı teorisinin ortaya koyduğu standartlara benzer belirli kriterler sağlamaktadır. Böylece piyasa başarısızlığına bağlı olarak devletin üstleneceği görevlerin belirlenmesinde piyasa ve devlet arasında yapılacak seçim için yol gösterecek değerli bir araç sunmaktadır.

KAYNAKÇA

Bailey, S. J. (1995). Public sector economics. London: Macmillan Press Ltd.

Bator, F. M. (1958, August). The anatomy of market failure. The Quarterly Journal of Economics 72(3), 351-379.

Buchanan, J. M. (1991). Kamu ekonomisinin yetersizliği teorisi ve kamu tercihi. (C. Aktan, Çev.). içinde: A. Eker ve C. Aktan (Yayına Hazırlayanlar), Kamu tercihi ve anayasal iktisat (ss. 105-124). İzmir: Aklıselim Ofset.

Caplan, B. (1999, October). Rational irrationality and the microfoundations of political failure (Independent Institute Working Paper 7). https://pdfs.semanticscholar.org/884f/4d8a08bf69606d718c7ff6fc5e03e2f11aaf.pdf

Cullis, J. ve Jones, P. (1992). Public finance and public choice analytical perspective. England: McGraw Hill Book Company.

Dollery, B.E. (1994). economic theory and policy analysis: conceptual guidelines for public policy-makers. Erişim tarihi: 17.09.1999. wysiwyg://bodyframe.20/http://ehostweb11....=12& BooleanTerm=Wolf%20Charles&fuzzyTerm=, ().

Haveman, R. H. (1970). The economics of the public sector. Newyork: John Wiley and Sons. Inc.

Hyman, D. N. (1973). The economics of governmental activity. New York: Holt, Rinehart and Winston. Inc.

Mitchell, W. C. (1978, June). The anatomy of public failure: a public choice perspective (International Institute for Economic Research – IIER Orginal Paper 13).

Mueller, D. C. (1979). Public choice. Cambridge: Cambridge University Press.

Mueller, D. C. (1993). Public choice: A Survey. In: C. K. Rowley (Ed.), Public choice theory volume III (pp. 495-533). Edward Elgar Publishing Ltd.

Niskanen, W A. (1993). Bureaucrats and politicians. In: C. K. Rowley (Ed.), Public choice theory volume III (pp. 217-243). Edward Elgar Publishing Ltd.

Ochs, J. (1974). Public finance. New York: Harper and Row. Publishers.

Olson, M. (1993). Collective action. Excerpt from The new palgrave: a dictionary of economics (pp. 474-477). In: C. K. Rowley (Ed.), Public choice theory volume I (pp. 353-356). Edward Elgar Publishing Ltd.

Rosen, H. S. (1985). Public finance. Richard D. Irwin Inc.

Tullock, G. (1993). Problems of majority voting. In: C. K. Rowley (Ed.), Public choice theory volume I (pp. 49-57). Edward Elgar Publishing Ltd.

Wolf, C. (1979, April). A theory of nonmarket failure: framework for implementation analysis. Journal of Law and Economics 22(1), 107-139.

Wolf, C. (1987, January - March). Market and non-market failures: comparison and assessment. Journal of Public Policy 7(1), 43-70.

Wolf, C. (1998). Piyasa veya devlet. (S. Akgüngör ve A. R. Karacan, Çev.). Ege Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları No: 1. İzmir.

Aile İşletmelerinde Çalışan İş Görenlerin İşbirlikçi İklim Algısı ve Bu Algının İş Gören Performansı İle İşe Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Konya İlinde Bir Uygulama

Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ[1] **Prof. Dr. Zeki BAYRAMOĞLU[2]**

Zir. Yük. Müh. Kemalettin AĞIZAN[2]*

[1]Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı/KONYA

[2]Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü/KONYA

*Sorumlu yazar: agizankemalettin@gmail.com

Özet: Aile işletmeleri ekonominin en küçük karar birimlerini oluşturmakta olup, aile işletmelerin karlılığı ve sürdürülebilirliğin üzerinde işbirliğinin etkisi yüksektir. İşbirliğinin etkisinin arttırılması ise ancak oluşturulacak olan işbirlikçi iklim ile mümkün olmaktadır. İşbirlikçi iklim aile işletmelerinde yönetici, işgören ve birimler arasında bilgi paylaşılmasına imkân sağlamakta ve bu bilgi paylaşımının inanç, değer ve varsayımlarını ifade etmektedir. Aile işletmelerinde bu inanç ve değerlerin paylaşımı için harcanan çaba ve gönüllülük; işbirlikçi iklim olup, bu iklimin oluşmasında etkili olan faktörler incelenmiştir. Araştırma kapsamında Sveiby and Simons (2002) tarafından oluşturulan işbirlikçi iklim ölçeği aile işletmelerine uyarlanmış olup, işgören performansı ve işe bağlılık ölçekleri ile işbirlikçi iklim ölçeği arasında ilişkinin incelenmesi araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu kapsamda Konya ilinde tarıma dayalı aile işletmelerine yönelik yapılan araştırmada toplamda 160 işgören ile anket yapılmış ve toplamda 10 hipotez hazırlanarak ölçekler arasında ilişkiler incelenmiştir. İşbirlikçi iklim algısı toplamda 4 boyutta incelenmiş ve her boyutun işe bağlılık ile işgören performansı arasındaki ilişkiler çoklu regresyon analizi ile belirlenmiştir. Son olarak da işbirlikçi iklim algısı tek bir boyut olarak çalışmada incelenmiş ve işe bağlılık ile işgören performansı arasındaki ilişki doğrusal regresyon analizi ile belirlenmiştir. Sonuç olarak, işbirlikçi iklim algısının oluşmasında işgören performansının ve işe bağlılığının etkisinin yüksek olduğu belirlenmiş ve işbirlikçi iklim algısının artmasıyla işletmelerin verimliliklerinin artacağı bulunmuştur.

Anahtar Kelime: Aile İşletmeleri, İşbirlikçi İklim Algısı, İşgören Performansı, İşe Bağlılık

Abstract: Family businesses constitute the smallest decision-making units of the economy and the impact of business cooperation on the profitability and sustainability of family businesses is high. Increasing the effectiveness of cooperation is possible only with the collaborative climate to be created. Collaborative climate allows the sharing of information between managers, occupations and units in family businesses and expresses the beliefs, values and assumptions of this information sharing. The collaborative climate that results from the efforts and volunteer efforts to share these beliefs and values in family business and the factors that influence this climate are examined. The collaborative climate scale developed by Sveiby and Simons (2002) in the context of the research is adapted to family businesses and the main purpose of the study is to investigate the relationship between occupational performance and job attachment scales and collaborative climate scale. In this context, a questionnaire survey was conducted with a total of 160 occupations in the research conducted for the family based businesses in Konya and 10 hypotheses were prepared and the relations among the scales were examined. Collaborative climatic sensation was examined in 4 dimensions in total and the relationships between job commitment and occupational performance of each dimension were determined by multiple regression analysis. Finally, the collaborative climatic sensation is studied as a single dimension and the relationship between work commitment and occupational performance is determined by linear regression analysis. As a result, it has been determined that occupational performance and job commitment are higher in the formation of cooperative climate perception and it has been determined that the productivity of the enterprises will increase with the increase of the cooperative climate perception.

Keywords: Family Business, Cooperative Climate Perception, Occupational Performance, Commitment to Work

1. GİRİŞ

Yer altı kaynakları (petrol, maden) olmayan veya az olan ülkelerin ekonomik açıdan gelişmeleri, yer üstü ve insan kaynaklarına, bu kaynakların çeşitliliğine, zenginliğine bağlıdır. Bu kaynaklar arasında kritik öneme sahip temel faktör ise insan kaynaklarıdır. Nitekim insan kaynakları üretim faktörlerinin nasıl kullanılacağını ve nasıl üretimde yer alacağını gösteren en önemli üretim faktörü olan girişimciliğin temelini oluşturmaktadır. Ayrıca karar birimlerinden biri olan işletmelerin başarısı üzerinde de insan kaynaklarının etkinliği ve verimliliğinin etkisi yüksektir. Dünyada ve Türkiye'de ise üretimde bulunan işletmelerin büyük bir bölümünü aile işletmeleri oluşturmaktadır. Amerika Birleşik Devletlerinde(ABD) aile işletmelerinin toplam işletme içerisindeki payı %96 iken, Türkiye'de bu oran %95 seviyesindedir. Hızla değişen küresel ekonomide üretim şekillerinin ve pazar yapılarının hızla değişmesi aile işletmelerinin önemini ortaya çıkartmaktadır. Çünkü aile işletmeleri yenilikleri

daha çabuk uygulayabilecek hareket kabiliyetine sahip olmaktadır. Aile işletmeleri, dünyadaki serbest ekonomilerdeki tüm işletmelerin %80 ila 98'ini oluşturmakta, ABD'de GSYİH'nın %49'unu ve diğer ülkelerin çoğunda %75'ini oluşturmaktadır. Aile işletmeleri ABD'inde işgücünün %80'ini ve dünya çapında çalışan nüfusun %75'ini istihdam etmekte olup ve son on yılda ABD'deki tüm yeni işlerin %86'sını oluşturmaktadırlar(PwC, 2016). Önemlerine rağmen, aile işletmelerinin sadece %30'u birinci nesilden ikinci nesil aile mülkiyetine kadar varlığını sürdürürken, sadece %12'si ikinci nesilden üçüncüsüne kadar hayatta kalmakta ve sadece %4'ü üçüncü nesilden dördüne kadar yaşamaktadır (Poza, 2013: 8).

Aile işletmesi kavramı literatürde farklı ifade edilmekle birlikte, aile işletmeleri genel itibariyle yönetim kararlarının aile bireyleri tarafından verilen ve işletme içerisinde kullanılan işgücü kullanılmasında da aile üyelerinin etkili olan işletme türü olarak ifade edilmektedir. Bu kapsamda bir işletmenin aile işletmesi olarak tanımlanmasında yönetim kararlarında etkili olan nüfus önemli olmaktadır. Bir işletme uluslararası sermayeli bir yapıda dahi olsa eğer yönetim kararlarını aile üyeleri veriyorsa bu işletmeler aile işletmeleri olarak tanımlanmalıdır. Nitekim Türkiye'de bu tip işletmeler genellikle karıştırılmakta ve kurumsal kimliğe sahip olmak ile aile işletmesi kavramları üzerinden farklı anlamlar ortaya çıkmaktadır. Oysaki bir işletme hem kurumsal hem de aile işletmesi özelliği taşımakla birlikte, işletme sadece kurumsal özelliği veya sadece aile işletmesi özelliği de gösterebilmektedir. Bunun en açık örneği Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahip olan KOÇ ve SABANCI aileleri gösterilmektedir. Nitekim bu işletmelerde CEO ve genel müdür yönetimde müdahale yetkilerinin olmasına rağmen, nihai yönetim kararları aile üyeleri tarafından verilmesi bu şirketlerin aile işletmesi olduğunu gerçeğini ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle aile işletmeleri ile diğer şirketleri birbirinden ayıran temel özellik yönetim kabiliyetidir.

İşletme yönetiminin temel fonksiyonları arasında yer alan yönetim, işletmelerde belirli bir amaç doğrultusunda işbirliği yapmış ve bu amaca ulaşmak için uzmanlık alanlarına göre görev dağılımı yaparak amaç doğrultusunda çalışmak olarak tanımlanmakta ve işbirliğinin önemi vurgulanmaktadır (Oguz & Bayramoğlu, 2018: 111). Aile işletmelerinde işgücünün işbirliğinin olabilmesi, aile işgücünün ve yabancı işgücünün aralarında dayanışma, destek, yenilik ve özerklik gibi farklı boyutlara sahip olabilmesinin yanı sıra bilginin nasıl kullanılması gerektiği ile yakından ilgilidir. Aile işletmelerinde bilgi kullanımını, bilginin paylaşımını ve bu yöndeki inanç ve değerleri ise işbirlikçi iklim algısı olarak tanımlanabilir. Aile işletmelerindeki iş gücülerin birbirleri ile etkileşimleri sonucunda ise işbirlikçi iklim algısı ortaya çıkmaktadır. Aile işletmelerinde bireysel katılımı destekleyen ve yeniliklere açık olan bir sistemin olması işe bağlılığı, iş performansını ve yaratıcılığı arttırırken, işten ayrılma ihtimalini azaltmaktadır.

Aile işletmelerinde gelişen teknoloji ve artan rekabet ile birlikte kullanılan işgücü işletmelerin en önemli girdilerinden birisi haline gelmiştir. Bu girdi, işletmenin temel hedefleri doğrultusunda istihdam edilen, bilgi ve becerileri kullanılan işgörenlerden oluşmaktadır. Bu noktada ise işletme için etkinlikleri yani performansların önemi ortaya çıkmaktadır. Aile işletmelerinde işgörenlerin performansı, alacakları ücret karşısında göstermeleri gereken çaba olarak değerlendirilebilir (Bekiş, Bayram, & Şeker, 2013: 20). İşgören performansı, önceden belirlenmiş amaçların gerçekleştirilme derecesi (Şimşek & Çelik, 2005: 334) olup, işgörenin gereksinimlerini tatmin etmek için bir işletmede görev ve sorumluluklar üstlenmesi sonucunda, istediklerini elde etmek için zaman ve çaba harcamasıdır (Barutçugil, 2002: 78-80). Aynı zamanda bir işi yapan bireyin, grubun, çalışma biriminin ya da firmanın o iş aracılığıyla, hedefe göre nereye ulaşabildiğini gösterir. Performans değerlendirmesi, kişilerin, birimlerin ya da kurumların performanslarının önceden belirlenmiş bazı kriterlere göre ya da "benzer diğerlerinin performansları" temelinde "ölçme işlemini" içeren bir süreçtir (Yelboğa, 2006: 200-201). Başka bir açıdan da, işgörenin görevinde ne yapması gerektiğine ilişkin beklentilerle, gerçekte ne yaptığı arasındaki ilişkinin bir fonksiyonu olarak tanımlanabilir (Özen Çöl, 2008: 108).

Aile İşletmelerinde işe bağlılık ve iş performansı kavramlarını etkileyen faktörler vardır. İşgörenlerin iş performanslarını etkileyen faktörlerin başında gelir tatmini, sahip olunan teknik bilgi ve deneyimler, mesleki bilgiler gelirken, işe bağlılıkta temel faktör işgörenlerin karakteristik özellikleridir. İşe bağlılıkta temel felsefe, işletmenin hedefleri doğrultusunda yapmış oldukları işin kalitesinden taviz vermeden yapması ve geliştirilmesidir. İşe bağlılık içerisinde işgörenlerin katma değer sağlaması, işbirliğine yakın olması ve çaba sarf etmesi öngörülmektedir. Özellikle işgörenlerde işe bağlılığın olması için karakteristik bazı özelliklerin bireyde olması son derece önemlidir. Bu özellikler arasında güvenilir ve sadık olması en başta gelen özellik olup, işbirliğine yakın olması, iletişimi iyi olan ve aidiyet duygusunun yüksek olması işe bağlılığı arttırmak ve dolayısıyla işletmede yüksek motivasyonun sağlanmasına neden olmaktadır. Bu nedenle işe bağlılığı yüksek olan işgörenlerin varlığı ile işletmelerin verimliliği arasında pozitif bir ilişki vardır.

İşbirlikçi iklim algısı, işgören performansı ve işe bağlılık yaklaşımları işletmelerin kurumsal yapıları açısından farklılık göstermekte olup, aile işletmelerine yönelik yapılan bu çalışma ile diğer işletme türlerinden farklı olarak işbirlikçi iklim algısının nasıl oluştuğunu belirlemek, belirlenen bu algının işgören performansı ve işe bağlılık üzerindeki etkisinin ölçülmesi araştırmanın temelini oluşturmaktadır. Nitekim aile işletmelerine yönelik işbirlikçi iklim algısının belirlenmesi açısından herhangi bir çalışmanın olmadığı belirlenmiş ve bu durumun işbirlikçi iklim algının işletme verimliliğini nasıl etkilediği belirlenmesi işletmenin sürdürülebilirliği açısından önemli olmasından incelenmesi önemlidir.

2. KURUMSAL ÇERÇEVE

2.1. İşbirlikçi İklim Algısı

İşletme yönetimde en önemli sorunlardan birisi çalışanlar veya birimler arasında yer alan işbirlikçi iklim kavramı, bütüncül yaklaşımların, parçaların toplamından daha etkilidir temelinden hareket etmektedir. Yani işletmelerin bir bütün olarak hareket etmelerinin gerekliliği vurgulanmaktadır. İşletmenin tüm birimlerin ve işgörenlerin bütüncül hareket etmesi ise ancak işbirliğini sağlanmasıyla oluşacağı bilinmektedir. İşletmelerde ise işbirliğinin sağlanmasında en önemli faktör bilginin paylaşılma sürecidir.

İşbirlikçi iklim genel olarak işletme içerisinde birimler veya işgörenler arasında bilgi aktarma yeteneği olarak adlandırılabilir. Nitekim işbirlikçi iklimin ölçülmesine yönelik yapılan çalışmalarda bilgi çalışmasının etkinliği, yeni bilginin yaratılma süreçleri ve bilgilerin nasıl organize edileceği yönünde araştırmalar yapılmış ve bilgi paylaşımının işletmelerde en büyük maliyet olduğu ortaya çıkmıştır (Darr, Argote, & Epple, 1995; Epple, Argote, & Murphy, 1996; Nonaka & Takeuchi, 1995; Sveiby & Simons, 2002: 423) İşletme içerisinde işbirliğinin sağlanması ile birlikte bilgi aktarımının kolaylığı sağlanacak ve bu durumda işletmelerin performansları artacağı bilinmektedir (Stewart, 2007). Literatürde işbirlikçi iklim algısı ile çok detaylı çalışmaların eksikliği olmakla birlikte, Limon and Durnalı (2017: 285)'de yapmış olduğu çalışmada Sveiby and Simons (2002: 423) tarafından geliştirilen işbirlikçi iklim ölçeği Türkçeye uyarlanmış olup, geçerlilik ve güvenirlik testleri yapılmıştır. Yapılan analizler çerçevesinde ölçeğin dil ve yapı bakımında geçerli ve güvenilir olduğu belirlenmiştir. Çalışmada işbirlikçi iklim algısı ile güven, bağlılık ve iş doyumu gibi kavramlar arasında ilişkilerin dereceleri ortaya konulmuştur. Yine Mooghali (2012: 6114-6116) yapmış olduğu bir çalışmada işbirlikçi iklim algısı ile bilgilerin paylaşımı arasında bir ilişkinin var olup olmadığını analiz etmiş ve bu iki ilişki arasında pozitif yönlü bir ilişkinin varlığı belirlenmiştir. Bunun yanı sıra insan kaynaklarının önemini ortaya koyan bir çalışmada insan kaynakları uygulamalarının inovasyon üzerindeki etkisi incelemek için işbirlikçi iklimin rolü araştırılmıştır. Çalışma kapsamında öncelikle stratejik insan kaynakları uygulamalarının inovasyon üzerindeki etkisi ölçülmüş ve doğrudan etkisi hesaplanmıştır. Daha sonra işbirlikçi iklimin etkisi belirlenmiş ve dolaylı bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur(Ahmad, 2015). Bir başka çalışmada ise işbirlikçi iklim algısı ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki incelenmiş ve çalışmada basit tesadüfi örnekleme yöntemine göre belirlenen toplamda 322 kişi ile görüşülerek çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya göre, örgütsel işbirliği ortamı ve örgütsel bağlılık algıları arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, işbirlikçi iklim ile örgütsel bağlılık boyutları arasındaki ilişki (normatif, duyuşsal ve süreklilik) anlamlı olarak tespit edilmiştir(Yousofvand & Ardakani, 2012: 3815). İşbirlikçi iklim geliştirmeye yönelik uygulanan bir makalede ise ilkokul öğretmenleri ile okul müdürü arasında işbirliğinin geliştirilmesine yönelik hazırlanmış ve her iki tarafında da işbirlikçi iklim oluşturmanın gerekli olduğunu ve işbirlikçi bir iklimden daha fazlasına ihtiyaç duyulduğu sonucu çıkarılmıştır (Hill, Rowe, & Holmes-Smith, 1995). Ampirik çalışmaların yanı sıra işbirlikçi iklim çalışmalarının teorisini ortaya koyan çalışmalarda olmakla birlikte, arklı çalışmalarda ortaya çıkan ortak faktörleri belirleyen bu tür işbirlikleri hakkında disiplinler arası literatürün kapsamlı bir gözden geçirilmesi yoluyla, işbirlikçi araştırmanın kalitesini değerlendirmek için bir çerçeve oluşturan çalışmalarda mevcuttur. Nihayetinde, böyle bir çerçevenin değeri, bölgelerdeki iklim çalışmalarıyla ilgilenen araştırmacılara yönelik daha geniş bir uygulama ve hem tekrarlanabilirlik hem de çalışmaların karşılaştırılabilirliği yoluyla üretilen araştırmanın kalitesini güçlendirmektedir.

2.2. İşgören Performansı

Üretim faktörleri içerisinde yer alan işgücü, gelişen teknoloji ve artan rekabet koşullarında aile işletmelerinde işbirliğinin oluşması açısından önemlidir. Çünkü işgücünün performansının arttırılmasıyla işletmelerin başarısının pozitif yönlü artacağı bilinmektedir. Bu yöndeki bir artış doğrudan verimliliğe yansıyacak ve dolayısıyla işletmelerin sürdürülebilirliği sağlanacaktır. İşgören performansı, genel itibariyle 7 bileşen ile açıklanmak olup, etkililik, etkenlik, kalite, verimlilik, çalışma yaşamının kalitesi, yenilik, kararlılık ve bütçeye

uygunluktur (Benligiray, 1999). İşgören performansı genel itibariyle işgörenlerin emekleri karşısında alacakları ücret ile doğru endeksli olup, alacakları ücret karşılığında göstermeleri gereken çaba olarak ifade edilmektedir (Bekiş et al., 2013: 20). İşgören performansını ölçen çalışmalar incelendiğinde çok fazla araştırmanın konusu olduğu görülmektedir. Bu kapsamda konuyla ilgili olmak üzere yapılan literatür incelenmesinde örneğin bir çalışmada liderlik, yaratıcılık ve performans arasındaki ilişkiler incelenmiş ve 110 işgören ile yapılan anket sonucunda vizyon sahibi liderlerin örgütsel yaratıcılık anlamında daha etkili oldukları ve bu liderlerin işgören performanslarını daha olumlu etkiledikleri belirlenmiştir (Yılmaz & Karahan, 2010: 145). İşgören performansı ile yapılan bir diğer çalışmada iş tatmini ile işgören performansı arasındaki ilişki incelenmiş ve bu göstergelerin arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir (Yazıcıoğlu, 2010: 243). Akdemir and Duman (2016: 343-357)'nın yapmış oldukları bir araştırmada duygusal bağlılık ile işgören performansı arasındaki ilişki incelenmiş ve iki gösterge arasında olumlu yönde bir etkileşim olduğu belirlenmiştir. Tutar and Altınöz (2010: 195) Ankara OSTİM'de faaliyet gösteren işletmelerde işgörenlerin algıladıkları örgütsel iklim ile performansları arasındaki ilişkiyi incelemişler ve bu iki değişken arasında bir ilişkinin var olduğu ile demografik özelliklerin bu göstergelerin algıları üzerinde bir farklılığın olduğu anlaşılmıştır. Bununla birlikte örgütsel adaletin işgören performans üzerindeki etkisi, algılanan güçlendirmenin işgören performansı üzerine olan etkileri, işgören performansı açısında çalışma psikolojisinin örgütsel sinizme olan etkisi ve örgütsel iklimin işgören performansına etkisi gibi konularda araştırmalar gerçekleştirilmiş ve 2'li yada 3'lü değişkenler arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir (Kalay, 2016: 147; Özen Çöl, 2008: 108; Tutar & Altınöz, 2010: 195; Uysal & Yildiz, 2014: 835)

2.3. İşe Bağlılık

İşe bağlılık kavramı, birçok araştırma konusu olarak literatürde yer almaktadır. İşe bağlılık kavramı ilk olarak ego bağlılığı olarak açıklanmış (Allport, 1943: 451; French Jr & Kahn, 1962: 1-47; Vroom, 1962: 159-177) ve daha sonra (Guinot, 1958: 1-71) tarafından moral tanımı olarak ifade edilmiştir. İşe bağlılık kavramı ise Lodahl and Kejnar (1965: 24) tarafından kullanmış olup, kavramın bugünkü anlamı ortaya çıkmıştır. İşe bağlılık kavramını birçok ekonomist farklı tanımlamaktadır. Blau (1985: 19-36), işe bağlılığı işgörenlerin işe katılımların ne derecede olduğunu gösteren bir gösterge olarak kabul etmektedir. Kanungo (1982: 341) ise işe bağlılığı işgörenlerin sahip oldukları işle bütünleşme derecesi olarak açıklamaktadır. İşe bağlılık yine bilişsel olarak inanç durumu olarak ifade edilmekte olup (Brown & Leigh, 1996: 358; Hall & Lawler, 1970: 271-281) aynı zamanda işe bağlılık işgörenlerin ne ölçüde egoya sahip olduklarını göstermektedir(Govender & Parumasur, 2010: 237-253). Lawler III (1986) işe bağlılığı motivasyonun en önemli bileşeni olduğunu belirtmektedir(Naquin & Holton, 2002: 357-376).

İşe bağlılık ile kavramlar incelendikten sonra işe bağlılık kavramları etkileyen faktörlerin neler olduğu yönünde çalışmalar incelenmiştir (Çakır, 2001: 29; Kuruüzüm, Irmak, & Çetin, 2010: 183-198; Sağlam Arı, Bal, & Çına Bal, 2010: 143-166). Bunun yanı sıra iş motivasyonunun işgörenlerin iş bağlılığı üzerindeki etkisini ölçen, iş stresi, işe bağlılık ve iş doyumu arasındaki ilişkiyi analiz eden, duygusal emeğin işe bağlılık etkisi hesaplayan, işe bağlılık ölçeğinin psikometrik niteliklerini inceleyen ve örgüte bağlılık ile işe bağlılık arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik çalışmalarda yer almaktadır (Çakar & Ceylan, 2005:56; Eryılmaz & Doğa, 2012: 49; Gülova, Palamutcuoğlu, & Palamutcuoğlu, 2013: 41; Taşkıran & Özcan Dinç, 2007: 25; Uygur, 2009: 12; Ünal, Baran, & Ayhan, 2011: 221; Yüceler, 2005: 1-152; Yüksel, 2003: 213).

3. METODOLOJİ

3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Önemi

Aile işletmelerinde yönetimin aile üyeleri arasında paylaşılması sonucunda işbirliğinin oluşturulması son derece zor olmaktadır. Bu durumda bilgi ve tecrübe gibi paylaşımların yapılması engellemektedir. Bu nedenle çalışma kapsamında aile işletmelerinde işbirlikçi iklim ölçeğinin oluşturulması gerekliliği ortaya konulmuş olup, bu iklimin işgören performanslarını ve işe bağlılıkları nasıl etkilediği araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Ayrıca daha önce aile işletmelerine yönelik işbirlikçi iklimin oluşturulmaması, işgörenlerin performanslarını ve işe bağlılıklarını ölçen bir çalışmanın yapılmaması nedeniyle çalışma hazırlanmıştır.

Araştırma bölgesi olan Konya ilinde toplamda 9 adet organize sanayi, ilçeler dahil toplamda 45 küçük sanayi sitesine sahip bir konumdadır. Konya ilindeki tarıma dayalı sanayi sektörünün istihdam ve katma değer açısından katkısına bakıldığında iller arasında 6.sırada yer almaktadır. Ülke ekonomisindeki payı dikkate

alındığında Konya ilinde faaliyet gösteren aile işletmesi kriterindeki tarıma dayalı sanayide anket çalışması yürütülmüştür.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemesi

Araştırma bölgesi olan Konya ilinde toplamda 1.974 tane tarıma dayalı sanayi işletmesi mevcuttur. Bu miktarının %25,12'sini Süt ve Süt ürünleri sanayisi oluştururken, %20,56'sını unlu mamuller üretimi, %16,76'sını ekmek ve ekmek çeşitleri üretimi oluşturmaktadır(Anonim, 2018). Tarıma dayalı sanayilerde toplamda 32.473 kişi çalışmakta olup, örnek hacminin belirlenmesinde basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Yapılan çalışmada popülasyon varyansı bilinmediğinden aşağıda yer alan formülden yararlanılarak belirlenen 160 kişi ile anket yapılmıştır. Anket yapılırken %99 güven ve %10 hata payı ile çalışılmıştır.

$n = \frac{NS^2t^2}{(N-1)d^2+S^2t^2}$ (Miran, 2002: 288; Newbold, Carlson, & Thorne, 2012: 867; Oğuz & Karakayacı, 2017: 57)

n= Örnek Hacmi
N= Toplam Birim Sayısı
S= Standart Sapma
T= Güven Sınırı
d= Kabul Edilebilir Hata

Ayrıca anket yapılırken işgörenlerin aile işletmelerinde çalışıyor olmasına dikkat edilmiş olup, çalışmanın sınırlılıkları bu kapsamda değerlendirilmiştir.

Tablo 11.Demografik Yapıya Göre Frekansı Dağılımı (N=160)

Demografik Yapı		Frekans	Oran (%)
Cinsiyet	Erkek	102,00	63,75
	Kadın	58,00	36,25
Yaş	20-30	51,00	31,88
	31-40	31,00	19,38
	41-50	64,00	40,00
	51-+	14,00	8,75
Deneyim	0-5	25,00	15,63
	6-10	38,00	23,75
	11-15	19,00	11,88
	16-20	18,00	11,25
	21-30	38,00	23,75
	31-+	22,00	13,75
Eğitim	İlkokul	37,00	23,13
	Ortaokul	30,00	18,75
	Lise	33,00	20,63
	Yüksekokul	47,00	29,38
	Üniversite	13,00	8,13

3.3. Araştırmanın Hipotezleri

İşbirlikçi iklim algısı kavramının aile işletmeleri alanında kullanımı ile ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanılmamış olup, genel anlamda işbirlikçi iklim algısının yer aldığı çalışmalarda oldukça sınırlıdır. Bu nedenle aile işletmelerinde işbirlikçi iklim algısının önemini vurgulayarak bu algının işgören performansına ve işe olan bağlılıkların üzerindeki etkisinin incelenmesi açısından bu çalışma son derece önemlidir. Hem aile işletmeleri açısından hem de imalat sektörü açısından işbirlikçi iklim algısının etkisinin belirlenmesi çalışmayı özgün kılmaktadır. Bu kapsamda çalışmada verilen kavramsal çerçeveden yola çıkarak hipotezler geliştirilmiştir. Bu hipotezler;

H_1: İşbirlikçi Örgüt Kültürünün oluşması İşgören Performansının arttırır.

H_2: İşbirliğine Yönelik Yönetici Tutumu Geliştikçe İşgören Performansı artar.

H_3: İşbirliğine Yönelik İş gören Tutumu Geliştikçe İşgören Performansı artar.

H_4: Birimler Arası İş birliği Geliştikçe İşgören Performansı artar.

H_5: İşbirlikçi Örgüt Kültürünün oluşması İşe Bağlılığı Arttırır.

H_6: : İşbirliğine Yönelik Yönetici Tutumu Geliştikçe İşe Bağlılık Artar.

H_7: İşbirliğine Yönelik İş gören Tutumu Geliştikçe İşe Bağlılık Artar.

H_8: Birimler Arası İş birliği Geliştikçe İşe Bağlılık Artar.

3.4. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçlarının Geçerlilik ve Güvenirlilik Testleri

Araştırma kapsamında ölçeklendirmeye dahil edilen aile işletmelerinde çalışan 160 işgören ile anket yapılmış ve işgörenlerin performansları ve işe bağlılıklarının işbirlikçi iklim algısının üzerindeki etkisi 5'li likert ölçeği ile ölçülmüştür. Likert soru tipinde konu ile ilgili işgörenlerin tutumları yer alırken, aynı zamanda işgörenlerin bu tutumlara katılım düzeyini belirten seçenekleri içermektedir. Çalışma kapsamında likert ölçeği kapsamında 1: kesinlikle katılmıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum diyerek ölçeklendirilmiş ve soru formu hazırlanmıştır.

Çalışma kapsamında hazırlanan işbirlikçi iklim algısı soru formu Sveiby ve Simons (2002) tarafından geliştirilmiş olup, orijinal ölçeğinde işbirlikçi örgüt kültürü, işbirliğine yönelik yönetici tutumu, işbirliğine yönelik öğretmen tutumu ve zümre içi işbirliği şeklinde olup, ölçeğin Cronbach's Alpha Güvenirlik katsayıları sırasıyla 0.89, 0.85, 0.88 ve 0.81 olarak belirlenmiş ve işbirlikçi iklim ölçeğinin Cronbach's Alpha Güvenirlik katsayısı 0.87 olarak bulunmuştur. Ayrıca yapılan diğer çalışmalarda da aynı işbirlikçi iklim ölçeği kullanılmış olup, bu ölçeğin güvenirlilik ve geçerlilik test sonuçlarının istenilen değerlerden yüksek çıktığı belirlenmiştir(Limon & Durnalı, 2017: 285; Steiger, 2007: 895; Tabachnick & Fidell, 2007). Ayrıca bu çalışmalarda da işbirlikçi iklim ölçeği 4 boyut altında incelenmiş olup, bu faktörler göz önünde bulundurularak faktör analiz yapılmamıştır(Karal & Kokoç, 2010: 254).

Anket formunun ikinci bölümünde ise işgören performansını ölçen sorulara yer verilmiştir. Sorular hazırlanırken Kirkman and Rosen (1999) tarafından kullanılan ölçek soruları dikkate alınmıştır. Bu sorular Özen Çöl (2008: 108) tarafından Türkçeye çevrilmiş ve Şehitoğlu (2010)'nun yapmış olduğu bir çalışmada kullandığı bir soru ölçeği (Çavuş & Harbalıoğlu, 2016: 120) ile Aslantaş (2016) yılında yapmış olduğu tezinde kullanmış olduğu işgören performans ölçeği kullanılmıştır. Yapılan çalışmalar işgören performansının güvenilirlik katsayısı 0,830 olarak hesaplanmıştır. Anket formunun son kısmında ise işe bağlılık ile ilgili sorular mevcuttur. Bu ölçekte yer alan sorular Kanungo (1982) tarafından geliştirilen sorular olup, araştırmalarda sıklıkla kullanılmaktadır. Daha önce yapılan çalışmalarda işe bağlılık ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,783 olarak belirlenmiştir. Çalışma kapsamında hazırlanan soru ölçeklerinin literatürde geçerlilik ve güvenirlilik testlerinin yapılması ve bu testlerden ölçeklerin uyum sağlaması nedeniyle faktör analizi yapılmasına gerek görülmemiştir.

3.5. Verilerin Analizi

Çalışma kapsamında elde edilen veri setleri ile birlikte çoklu regresyon analizi yapılmış olup, regresyon analizinde temel amaç bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında var olan sebep-sonuç ilişkisinin derecesi ile yönünü belirlemek ve yönde tahminler yapmaktır. Bu analiz tekniğinde basit ve çoklu olmak üzere iki model yer almakta olup, bağımsız değişkenlerin birden fazla olması durumunda çoklu regresyon analizi kullanılmaktadır. Çoklu doğrusal regresyon modeli ise:

$y = B_0 + B_1X_1 + \cdots + B_nX_n + \mathcal{E}$ (Kalaycı, 2010: 267)

Y= Bağımlı değişken
B_i = Bağımsız Değişkenler
X_i = Tahmin edilecek parametreler
$\mathcal{E}$ = Hata Terimi

Regresyon analizi En küçük Kareler yöntemi ile çözülmektedir. Bu yöntem bağımsız değişkende meydana gelen değişmelerin bağımlı değişkende meydana getireceği etkiyi gösteren parametreleri en sapmasız ve etkin olarak belirleyen yöntemdir. Diğer bir ifade ile örneğe ait istatistikleri, popülasyon değeri olan parametrelere en çok yaklaştırarak hesaplama yapan yöntemdir. Analizler sonucunda elde edilen parametreler istatistiki, iktisadi ve ekonometrik olarak anlamlılıkları incelenmiş ve yorumlamalar yapılmıştır.

Çalışmada 2 farklı bağımlı değişken üzerinden işbirlikçi iklim algısının etkisi ölçülmüş olup, işbirlikçi iklim algısı geçerliliği ve güvenirliliği birçok kez test edilmiş olan 4 faktör altında modele dahil edilmiştir. Bu faktörler; işbirlikçi örgüt kültürü, işbirliğine yönelik yönetici tutumu, işbirliğine yönelik işgören tutumu ve birimler arası işbirliği olarak belirlenmiştir. Her bir faktörün ölçek ortalamaları hesaplanmış ve çoklu regresyon modeline dahil edilmiştir.

3.6. BULGULAR

3.6.1. Çoklu Regresyon Analizi

Çalışma kapsamında toplamda 160 işgören ile anket yapılmış ve elde edilen veri setlerine göre regresyon analizi yapılmıştır. Çoklu regresyon analizi yapılmadan önce değişkenler arasındaki korelasyonlar incelenmiş ve korelasyonların %1 önem seviyesinde istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Modelde yer alan değişkenlerin parametrelerinin beklentiye uygun olması veya eğer bir model test ediyorsak modele uygun olması iktisadi olarak sonuçların kabul edilebilir olduğu anlamına gelir. İktisadi testten geçmeyen hiçbir model kullanılamaz. Nitekim istatistiki olarak sonuçlar iyi çıksa bile teoriyle uymayan sonuçlar kullanılamaz. İstatistiki olarak modelin belirlenme katsayısı (R square), F değeri, ve parametrelerin t değerine bakılır. Ekonometrik olarak da çoklu bağlantı, otokorelasyon ve değişen varyans olup olmadığı incelenir.

Tablo 12. İşe Bağlılık Ölçeği İle İşbirlikçi İklim Algısı Grupları Arasındaki Korelasyon

		İşe Bağlılık	**İşbirlikçi örgüt kültürü**	**İşbirliğine yönelik yönetici tutumu**	**İşbirliğine yönelik işgören tutumu**	**Birimler arası işbirliği**
Pearson Correlation	İşe Bağlılık	1	0,626	0,725	0,805	0,797
	İşbirlikçi örgüt kültürü	0,626	1	0,566	0,651	0,554
	İşbirliğine yönelik yönetici tutumu	0,725	0,566	1	0,66	0,657
	İşbirliğine yönelik işgören tutumu	0,805	0,651	0,66	1	0,699
	Birimler arası işbirliği	0,797	0,554	0,657	0,699	1
Önem Düzeyi	İşe Bağlılık	.	,000	,000	,000	,000
	İşbirlikçi örgüt kültürü	,000	.	,000	,000	,000
	İşbirliğine yönelik yönetici tutumu	,000	,000	.	,000	,000
	İşbirliğine yönelik işgören tutumu	,000	,000	,000	.	,000
	Birimler arası işbirliği	,000	,000	,000	,000	.
N	İşe Bağlılık	160	160	160	160	160
	İşbirlikçi örgüt kültürü	160	160	160	160	160
	İşbirliğine yönelik yönetici tutumu	160	160	160	160	160
	İşbirliğine yönelik işgören tutumu	160	160	160	160	160
	Birimler arası işbirliği	160	160	160	160	160

İşbirlikçi iklim algısının 4 farklı boyutu ile işe bağlılık arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan regresyon analizi sonucu model özeti tablosunda gösterilmiştir. Model özeti tablosunda yer alanda "R Square" bağımlı değişkeninin yüzde kaçının bağımsız değişkenler tarafından veya bağımlı değişkende meydana gelecek değişime bağımsız değişenlerin ne derece etkili olduğunu göstermektedir. Modelin açıklama gücü olan "R Square" değeri 0-1 arasında değişmektedir. Bu değer bire yaklaştıkça modelin açıklanma gücü artar, tersi durumda ise modelin açıklanma gücü azalmaktadır. Çalışma kapsamında bağımlı değişken olan işe bağlılık faktörünü etkileyen bağımsız değişkenlerin modeli açıklama gücü %78,0 olarak hesaplanmıştır. R^2 miktarı modelin tek başına iyi olup olmadığını göstermemektedir. Bu nedenler "Durbin Watson" istatistiği incelenmesi gerekmektedir. "Durbin Watson" istatistiği 0 ile 4 arasında değişmekte olup 1,5-2,5 arası olması otokorelasyon olmadığını göstermektedir (Kalaycı, 2010: 267). Çalışmada "Durbin Watson" katsayısı 1,804 olarak belirlenmiştir. Katsayının istenen aralıkta olması parametrelerin etkinliklerini arttırmaktadır.

Varyans analiz tablosu (ANOVA) modelin istatistiki olarak anlamlılık düzeyini test eder. Bir başka ifade ile belirlenme katsayınsın istatistiki olarak anlamlı olup olmadığını açıklar. Burada önem seviyesi (sig) %1'in altında olup, istatistikî olarak önemlidir.

Tabloda modelin tahmini sonucu ile elde edilen katsayıların değerleri ve t değerleri gösterilmektedir. Parametrelere ait t istatistik değerlerinden modele dahil edilen işbirliğine yönelik yönetici tutumu, işbirliğine yönelik işgören tutumu, ve birimler arası işbirliği değişkenlerin %1 önem seviyesinde ve işbirlikçi örgüt kültürü değişkeni ise %20 önem seviyesinde anlamlıdır. F testi modelin tamamını ve t testi ise parametrelerin ayrı ayrı anlamlılığını ölçmektedir. Katsayıların işaretleri incelediğinde tüm değişkenlerin pozitif olduğunu belirlenmiştir. Elde edilen katsayıların yorumlanmasında ise örneğin; işbirlikçi örgüt kültürü bağımsız değişkeninde meydana gelecek bir birimlik artış işe bağlılığı 0,063 birim arttıracaktır. Yine işbirliğine yönelik yönetici tutumu değişkeninde meydana gelecek bir birimlik artış ise işe bağlılığı 0,186 birim arttıracaktır. Diğer bağımsız değişkenlerde bu şekilde yorumlanmaktadır. Ayrıca tabloda çoklu bağlantı sonuçlarını veren doğrusallık istatistikleri sütununda ise çoklu doğrusal bağlantı sorunu olup olmadığını göstermektedir. Düşük tolerans değerleri ve yüksek VIF değerleri modelde yer alan bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantı olduğunu göstermektedir. VIF değeri yapılan çalışmada 5'in altında olması istenmektedir. Yapılan çalışmada hata payı değerlerinin yeterli ve VIF değerlerinin 5'den küçük olması nedeniyle çoklu bağlantı probleminin olmadığı belirlenmiştir (Kalaycı, 2010: 267).

Tablo 13. İşe Bağlılık Ölçeği İle İşbirlikçi İklim Algısı Gruplarına Ait Katsayılar ve Önem Düzeyleri

Model		Standartlanmamış Katsayılar		Standartlanmış Katsayılar	t	Önem Düzeyi	Doğrusallık İstatistikleri	
		B	Std. Sapma	Beta			Hata Payı	VIF
1	(Constant)	0,524	0,162		3,243	0,001		
	İşbirlikçi örgüt kültürü	0,063	0,049	0,067	1,3	0,195	0,537	1,862
	İşbirliğine yönelik yönetici tutumu	0,186	0,051	0,199	3,622	0,000	0,472	2,118
	İşbirliğine yönelik işgören tutumu	0,312	0,051	0,373	6,116	0,000	0,381	2,624
	Birimler arası işbirliği	0,238	0,037	0,369	6,479	0,000	0,439	2,280

a. Dependent Variable: İşe Bağlılık
b. R^2 = 0,780 DW= 1,804 F= 137,405 (0,000)

Korelasyon, neden-sonuç ilişkisi anlamına gelmemektedir. Yani, A ve B gibi iki değişkenli bir modelde korelasyon olması, A'nın B'ye ya da B'nin A'ya neden olduğu anlamına gelmez. Özetle korelasyon bir değişkenin iki veya daha fazla değişken ile olan ilişkisini test etmek, varsa bu ilişkinin derecesini ölçmek için kullanılan istatistiksel yöntemdir. Yapılan korelasyon analizi sonucunda değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları belirlenmiştir. Değişkenler arasında korelasyonlar %1 önem seviyesinde istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Korelasyon analizinde ilişkilerin belirlenmesi sonucunda regresyon analizi yapılmıştır.

Tablo 14.İşgören Performansı Ölçeği İle İşbirlikçi İklim Algısı Grupları Arasındaki Korelasyon

		İşgören Performansı	**İşbirlikçi Örgüt Kültürü**	**İşbirliğine Yönelik Yönetici Tutumu**	**İşbirliğine Yönelik İşgören Tutumu**	**Birimler Arası İşbirliği**
Pearson Korelasyonu	İşgören Performansı	1,000	,875	,770	,675	,675
	İşbirlikçi örgüt kültürü	,875	1,000	,566	,651	,554
	İşbirliğine yönelik yönetici tutumu	,770	,566	1,000	,660	,657
	İşbirliğine yönelik işgören tutumu	,675	,651	,660	1,000	,699
	Birimler arası işbirliği	,675	,554	,657	,699	1,000
Önem Düzeyi	İşgören Performansı		,000	,000	,000	,000
	İşbirlikçi örgüt kültürü	,000		,000	,000	,000
	İşbirliğine yönelik yönetici tutumu	,000	,000		,000	,000
	İşbirliğine yönelik işgören tutumu	,000	,000	,000		,000
	Birimler arası işbirliği	,000	,000	,000	,000	
N	İşgören Performansı	160	160	160	160	160
	İşbirlikçi örgüt kültürü	160	160	160	160	160
	İşbirliğine yönelik yönetici tutumu	160	160	160	160	160
	İşbirliğine yönelik işgören tutumu	160	160	160	160	160
	Birimler arası işbirliği	160	160	160	160	160

Model özeti tablosunda bağımlı değişken olarak işgören performansı dikkate alınmış olup, bağımsız değişkenler ise işbirlikçi iklim algısının 4 boyutu olan işbirlikçi örgüt kültürü, işbirliğine yönelik yönetici tutumu, işbirliğine

yönelik işgören tutumu ve birimler arası işbirliği olarak belirlenmiştir. Yapılan analiz sonucunda bağımlı değişken olan işgören performansındaki değişimin %88,40'u bağımsız değişkenler olan bu dört faktörle açıklanmaktadır. Bu durum modelin açıklanma gücünün yüksek olduğunu göstermektedir. Yine tabloda "Durbin-Watson" değeri görülmekte olup, bu değer 1,873 olarak hesaplanmıştır. Bu değerin 1,5-2,5 arasında istenmesi nedeniyle modelde herhangi bir otokorelasyon olmadığı görülmektedir.

Modelin açıklanma gücü olan R^2 %88,40 olarak belirlenmiş ve modelin istatistiki olarak anlamlılığını ölçen F testi yapılıştır. F testi ANOVA testi incelenmiş ve F testi sonucunda R^2 %1 önem düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Dolayısıyla modelin açıklanma gücü olan R^2 değeri olan %88,40 tesadüften iler gelmemiş olup, modelde yer alan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerinde bir etkisinin olduğunu göstermektedir.

Daha önce ifade edildiği üzere F testi modelin, t testi ise parametrelerin istatistiki olarak anlamlılığını ölçmektedir. Bu kapsamda Katsayılar tablosunda t değerleri ve önem düzeyleri verilmiştir. Buna göre yapılan t testi sonucunda işbirlikçi örgüt kültürü, işbirliğine yönelik yönetici tutumu ve birimler arası işbirliği parametrelerinin %1, işbirliğine yönelik işgören tutumu parametresinin ise %10 önem seviyesinde istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Nitekim işbirlikçi örgüt kültürü değişkeninde meydana gelen değişmelerin bağımlı değişken olan işgören performansını etkilemesi tesadüften ileri gelmemektedir.

Tablo 15. İşgören Performansı Ölçeği İle İşbirlikçi İklim Algısı Gruplarına Ait Katsayılar ve Önem Düzeyleri

Model		Standartlanmamış Katsayılar		Standartlanmış Katsayılar	t	Önem Düzeyi	Doğrusallık İstatistikleri	
		B	Standart Sapma	Beta			Hata Payı	VIF
1	(Constant)	-0,004	0,121		-0,035	0,972		
	İşbirlikçi örgüt kültürü	0,63	0,037	0,645	17,231	0,000	0,537	1,862
	İşbirliğine yönelik yönetici tutumu	0,361	0,039	0,373	9,347	0,000	0,472	2,118
	İşbirliğine yönelik işgören tutumu	-0,071	0,038	-0,082	-1,852	0,066	0,381	2,624
	Birimler arası işbirliği	0,087	0,028	0,131	3,16	0,002	0,439	2,28

a. Dependent Variable: İşgören Performansı
b. R^2 = 0,881 DW= 1,873 F= 293,923 (0,000)

Katsayıların işaretleri incelendiğinde ise sadece işbirliğine yönelik işgören tutumu değişkeninin işaretinin negatif olduğu, diğerlerin pozitif olduğu görülmektedir. Buna göre işbirliğine yönelik işgören tutumu değişkeninde meydana gelecek bir birimlik değişme, işgören performansını -0,071 azaltacağı görülmektedir. Son olarak VIF değerlerinin 5'den küçük olduğu belirlenmiş ve modelde herhangi bir çoklu bağlantı probleminin olmadığı tespit edilmiştir.

Yapılan çalışma ile işbirlikçi iklim algısının faktör grupları ile işgören performansı ve işe bağlılık arasındaki ilişkiler incelenmiş ve işgören performansının artmasıyla işbirlikçi iklim algısının arttığı veya işe bağlılığın yükselmesiyle işbirlikçi iklim algısının arttığı görülmektedir. Nitekim bu durum yapılan çalışmalarda da görülmektedir. Güngören (2017) yaptığı bir çalışmada algılanan örgüt kültürünün iş tatmini ve iş performansını olumlu yönde etkilediğini belirlemiştir. Örgüt kültürünün oluşmasında ise işbirliğinin etkisinin önemi vurgulanan bu çalışmada işbirliğinin artmasıyla birlikte bağımlı değişkenlerin arttığı belirlenmiştir. Bir başka çalışmada ise İşbirlikçi iklimin bir üst bileşeni olan örgüt ikliminin işgören performansını nasıl etkilediği belirlenmiş ve sonuç olarak örgüt ikliminin bileşenleri olan risk alma, samimiyet, standart ve çatışma gibi boyutların puanları arttıkça işgören performansının arttığı görülmüştür(Demirdöken, 2017).

4. SONUÇ

Konya ilinde aile işletmeciliğinin hem ekonomik hemde sosyal yönü oldukça gelişmiştir. Aile işletmelerinde temel hedef karın yanı sıra aynı zamanda sürdürülebilirlik olmaktadır. Karlı ve sürdürülebilir bir işletme için en temel iki hedef arasında yer almaktadır. İşletmelerin karlılığı ve sürdürülebilir olması ise birçok faktöre bağlı olarak değişmektedir. Özellikle işletmenin içerisinde bulunduğu ekonomik şartlar, sektör özellikleri, işletme yapısı ve üretim faktörlerine olan sahipliği işletmenin devamlılığını etkilemektedir. Üretim faktörleri içerisinde yer alan işgücü ise işletmenin başarısı üzerinde etkisi yüksektir. İşgücünün kişilik özellikleri, demografik yapısı, performansları ve işe bağlılıkları işletmenin başarısı ile doğru orantılıdır. Nitekim başarılı işletmelerde işgörenler ile işverenlerin bir ekosistemde bir araya getirilmesi işletmelerin performanslarını arttıracak ve işletmeye bağlılıkları yükselecektir. Bu sayede işletmede örgütsel iklim oluşacak ve bir diğer adım olan işbirlikçi iklim algısının temeli oluşturulacaktır.

Bu çalışma kapsamında Sveiby ve Simons (2002) tarafından geliştirilen "İşbirlikçi İklim Ölçeği" aile işletmelerine uyarlanmıştır. Uyarlama yapılırken orijinal ölçekte yer alan soruların çalışmadaki ölçekte yer verilmesi nedeniyle ve birçok çalışmada bu ölçeğin güvenirlik ve geçerlilik analizlerin yapılması nedeniyle faktör analizi yapılmamıştır. Nitekim orijinal ölçekte kullanılan sorular endüstri işletmelerine yönelik olmasından dolayı sorularda herhangi bir değişim yapılmamıştır. Çalışmada yer alan diğer iki ölçek olan işgören performansı ve işe bağlılık ölçeklerinin literatürde sıklıkla kullanılmasından dolayı geçerlilik ve güvenirlik analizleri yapılmamıştır. Soru formunda yer alan işbirlikçi iklim ölçeği orijinal ölçeğe bağlı kalmak şartıyla 4 faktör altında incelenmiş olup, bu faktörler; işbirlikçi örgüt kültürü, işbirliğine yönelik yönetici tutumu, işbirliğine yönelik işgören tutumu ve birimler arası işbirliği olarak belirlenmiştir. İşgören performansı ve işe bağlılık ölçekleri ise 1 boyut olarak çalışmalarda yer almasından dolayı bu çalışma kapsamında da tek boyut olarak modellemeler yapılmıştır.

Çalışma sonucunda işgören performansının ve işe bağlılığın arttırılmasında işbirlikçi iklim algısının etkisinin yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Üretim faktörlerinden biri olan işgücünün öneminin bu yönlü olması işletmelerin başarısı açısından son derece önemlidir. Bu nedenle işletmelerde işgücünün verimliliğinin arttırılması için işbirliğine yönelik eğitim faaliyetlerinin arttırılması gerekmektedir. Ayrıca işletmelerde gizli en büyük maliyet olan bilgi paylaşımının bu sayede sağlanacağı ve işgücü verimliliğine etki edeceği sonucuna ulaşılmaktadır. Aile işletmelerinde işbirlikçi iklim algısının oluşmasındaki en büyük faktörlerden birisi de işverenlerin ve yöneticilerin tutumudur. Nitekim yapılan çalışmada yöneticilerin tutumlarının işbirliğine yönelik olması sonucunda işgörenlerin performansları ve işe bağlılıklarını arttığı sonucu oluşmuştur. Bu nedenle işletmelerde sadece işgören veya işveren açısından değil işletmelerin bir bütün olarak bir ekosistem oluşturmaları ve bu ekosistemin parçaları olmaları hem işgörenlerin hemde işverenlerin performanslarını arttıracak ve dolayısıyla işletmelerin başarı sağlanacaktır.

KAYNAKLAR

Ahmad, A. (2015). Pakistan among poor performers in human capital. In: Dawn.

Akdemir, B., & Duman, M. (2016). Duygusal Bağlılık Ve İşgören Performası Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma. International Journal of Social Science, 4-46.

Allport, G. W. (1943). The ego in contemporary psychology. Psychological review, 50(5), 451.

Anonim. (2018). Konya'da Yatırım. Retrieved from http://www.konyadayatirim.gov.tr/sektor.asp?SayfaID=8

Aslantaş, M. (2016). Yetenek Yönetiminin İşe Adanma, Performans Ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Bankacılık Sektörü Örneği.

Barutçugil, İ. (2002). Performans yönetimi: Kariyer Developer.

Bekiş, T., Bayram, A., & Şeker, M. (2013). Kurumsal itibarın işgören performansı üzerindeki etkisinin belirlenmesine yönelik bir araştırma.

Benligiray, S. (1999). İnsan kaynakları açısından otellerde performans yönetimi: Anadolu Üniversitesi.

Blau, G. J. (1985: 19-36). A multiple study investigation of the dimensionality of job involvement. Journal of vocational Behavior, 27(1), 19-36.

Brown, S. P., & Leigh, T. W. (1996). A new look at psychological climate and its relationship to job involvement, effort, and performance. Journal of applied psychology, 81(4), 358.

Çakar, N. D., & Ceylan, A. (2005). İş motivasyonunun çalışan bağlılığı ve işten ayrılma eğilimi üzerindeki etkileri. 56.

Çakır, Ö. (2001). İşe Bağlılık Olgusu ve Etkileyen Faktörler, Seçkin Yayıncılık, 1. Baskı. Ankara.

Çavuş, M. F., & Harbalıoğlu, M. (2016). Yöneticinin Güç Kaynakları Algısı Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı: Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(1), 117-130.

Darr, E. D., Argote, L., & Epple, D. (1995). The acquisition, transfer, and depreciation of knowledge in service organizations: Productivity in franchises. Management science, 41(11), 1750-1762.

Demirdöken, Ç. (2017). Gençlik ve Spor Bakanlığında Örgüt İkliminin İşgören Performansı Üzerine Etkisi: Alan Araştırması (Doktora Tezi), Çorum.

Epple, D., Argote, L., & Murphy, K. (1996). An empirical investigation of the microstructure of knowledge acquisition and transfer through learning by doing. Operations Research, 44(1), 77-86.

Eryılmaz, A., & Doğa, T. (2012). İş Yaşamında Öznel İyi Oluş: Utrecht İşe Bağlılık Ölçeğının Psikometrik Niteliklerinin İncelenmesi. Klinik Psikiyatri Dergisi, 15(1), 49-55.

French Jr, J. R., & Kahn, R. L. (1962). A Programmatic Approach to Studying the Industrial Environment and Mental Health 1. Journal of social issues, 18(3), 1-47.

Govender, S., & Parumasur, S. B. (2010). The relationship between employee motivation and job involvement. South African Journal of Economic and Management Sciences, 13(3), 237-253.

Guinot, B. (1958: 1-71). L'Astrolabe Impersonnel A. Danjon Modéle OPL L'Observatoire de Paris. Étude des Résultats D'Une Annee D'Observations. Variation de La Latitude. Catalogue D'étoiles. Bulletin Astronomique, 22, 1-71.

Gülova, A. A., Palamutcuoğlu, B. T., & Palamutcuoğlu, A. T. (2013). Duygusal Emek İle İşe Bağlilik Arasindakİ İlİşkİde Amİr Desteğİnİn Rolü: Ünİversİtede Öğrencİ İşlerİ Personelİne Yönelİk Bİr Araştirma. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 28(2), 41-74.

Güngören, M. (2017). Algılanan Örgüt Kültürünün İş Tatmini Ve İş Performansı Üzerindeki Etkisi: Havacılık Sektöründe Bir Araştırma.

Hall, D. T., & Lawler, E. E. (1970). Job characteristics and pressures and the organizational integration of professionals. Administrative Science Quarterly, 271-281.

Hill, P., Rowe, K., & Holmes-Smith, P. (1995). Factors affecting students' educational progress: Multilevel modelling of educational effectiveness. Paper presented at the eighth annual International Congress for School Effectiveness and Improvement, CHN, Leeuwarden, The Netherlands.

Kalay, F. (2016). İşletmelerde Örgütsel Adaletin İşgören Performansı Üzerindeki Etkisi: Teorik Bir İnceleme. Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (11), 147-158.

Kalaycı, Ş. (2010). SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri (Vol. 5): Asil Yayın Dağıtım Ankara, Turkey.

Kanungo, R. N. (1982). Measurement of job and work involvement. Journal of applied psychology, 67(3), 341.

Karal, H., & Kokoç, M. (2010). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education, 1(3), 251-263.

Kirkman, B. L., & Rosen, B. (1999). Beyond self-management: Antecedents and consequences of team empowerment. Academy of Management journal, 42(1), 58-74.

Kuruüzüm, A., Irmak, S., & Çetin, E. İ. (2010) İşe Bağlılığı Etkileyen Faktörler: İmalat ve Hizmet Sektörlerinde Karşılaştırmalı Bir Analiz. Bilig Ahmet Yesevi Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanlığı, 53, 183-198.

Lawler III, E. E. (1986). High-Involvement Management. Participative Strategies for Improving Organizational Performance: ERIC.

Limon, İ., & Durnalı, M. (2017). İşbirlikçi İklim Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. Sakarya University Journal of Education, 7(2), 282-294.

Lodahl, T. M., & Kejnar, M. (1965). The definition and measurement of job involvement. Journal of applied psychology, 49(1), 24.

Miran, B. (2002). Temel istatistik. Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir, 288s.

Mooghali, A. (2012). The impact of collaborative work climate on knowledge sharing intention. African Journal of Business Management, 6(19), 6114.

Naquin, S. S., & Holton, E. F. (2002). The effects of personality, affectivity, and work commitment on motivation to improve work through learning. Human Resource Development Quarterly, 13(4), 357-376.

Newbold, P., Carlson, W., & Thorne, B. (2012). Statistics for business and economics: Pearson.

Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). The knowledge creation company: how Japanese companies create the dynamics of innovation. In: New York: Oxford University Press.

Oguz, C., & Bayramoğlu, Z. (2018). Tarım Ekonomisi Kitabı. Atlas Kitapevi, 3.Baskı, 1-222.

Oğuz, C., & Karakayacı, Z. (2017). Tarım Ekonomisinde Araştırma ve Örnekleme Metodolojisi. Konya, Atlas Akademi, 1-183.

Özen Çöl, S. (2008). İşyerinde Psikolojik Şiddet: Hastane Çalışanları Üzerine Bir Araştırma.

Poza, E. J. (2013). Family business: Cengage Learning.

PwC. (2016). PwC Küresel Aile Şirketleri Araştırması - Türkiye Sonuçları 2016. Retrieved from https://www.pwc.com.tr/tr/hizmetlerimiz/aile-sirketleri/aile-sirketleri-arastirmasi-2016.html

Sağlam Arı, G., Bal, H., & Çına Bal, E. (2010). İşe bağlılığın tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti ilişkisindeki aracılık etkisi: Yatırım uzmanları üzerinde bir araştırma. Süleyman Demirel ÜniversitesiİktisadI ve İdari BilimlerFakültesi Dergisi, 15(3), 143-166.

Steiger, J. H. (2007). Understanding the limitations of global fit assessment in structural equation modeling. Personality and individual differences, 42(5), 893-898.

Stewart, T. A. (2007). The wealth of knowledge: Intellectual capital and the twenty-first century organization: Crown Business.

Sveiby, K.-E., & Simons, R. (2002). Collaborative climate and effectiveness of knowledge work–an empirical study. Journal of knowledge Management, 6(5), 420-433.

Şehitoğlu, Y. (2010). Örgütsel sessizlik örgütsel vatandaşlık davranışı ve algılanan çalışan performansı ilişkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, GYTE, Kocaeli.

Şimşek, M. Ş., & Çelik, A. (2005). İşletme Bilimlerine Giriş, 12. Baskı,(yky), Konya.

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). Using multivariate statistics: Allyn & Bacon/Pearson Education.

Taşkıran, E., & Özcan Dinç, E. (2007). Örgüte bağlılık ile işe bağlılık arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik hizmet sektöründe bir araştırma. Yönetim ve Organizasyon Kongresi, 15, 25-27.

Tutar, H., & Altınöz, M. (2010). Örgütsel İklimin İşgören Performansı Üzerine Etkisi: OSTİM İmalat İşletmeleri Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 65(02), 196-218.

Uygur, A. (2009). Örgütsel bağlılık ve işe bağlılık. Basım, Barış Platin Kitabevi, Ankara.

Uysal, H. T., & Yildiz, M. S. (2014). İşgören Performansi Açısından Çalişma Psikolojisinin Örgütsel Sinizme Etkisi. Journal of International Social Research, 7(29).

Ünal, E., Baran, G., & Ayhan, A. B. (2011). Okul Öncesi Eğitimi Öğretmenlerinin Kurumsal Amaçların Önemine İlişkin Algılarının İncelenmesi. Kuramsal Eğitimbilim Dergisi, 4(2), 221-229.

Vroom, V. H. (1962). Ego‐Involvement, Job Satisfaction, And Job Performance 1. Personnel psychology, 15(2), 159-177.

Yazıcıoğlu, İ. (2010). Örgütlerde iş tatmini ve işgören performansı ilişkisi: Türkiye ve Kazakistan karşılaştırması. bilig, 55(1), 243-264.

Yelboğa, A. (2006). Kişilik Özellikleri ve İş Performansi Arasindaki İlişkinin İncelenmesi.". İş, Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynaklari Dergisi, 8(2), 196-211.

Yılmaz, H., & Karahan, A. (2010). Liderlik davranışı, örgütsel yaratıcılık ve işgören performansı arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Uşak'ta bir araştırma. Yönetim ve Ekonomi. Celal Bayar Üniversitesi İİ BF, 17(2).

Yousofvand, R., & Ardakani, S. R. (2012). The impact of Perception of Organizational Collaborative climate on organizational commitment. Life Science Journal, 9(4).

Yüceler, A. (2005). Örgütsel bağlılık ve örgüt iklimi ilişkisi: Teorik ve uygulamalı bir çalışma. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü,

Yüksel, İ. (2003). İş Stresi, İşe Bağlılık Ve İş Doyumu Arasındakİ İlişkinin Analizi (Teknisyenlere Yönelik Bir Uygulama). Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 17(1-2), 213-224.

Tarımsal Yeniliklerin Benimsenmesinde Damızlık Koyun-Keçi Yetiştiricileri Birliğinin Üyeleri Üzerine Etkileri: Çanakkale İli Örneği

Prof. Dr. Taner KUMUK [1] **Yasemin SARIKAYA [2]**

[1]Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, tkumuk@comu.edu.tr

[2] Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, yaseminsarkaya22@gmail.com

Özet: Çalışmanın genel amacı Çanakkale İli Damızlık Koyun- Keçi Yetiştiricileri Birliği'ne kayıtlı koyun ve keçi yetiştiricilerinin, yeniliklerin tanıtılmasında, benimsenmesinde ve yayılmasında birliğin etkilerinin ne derecede olduğunun belirlenmesidir. Çalışma Koyun- Keçi yetiştiriciliğinin yoğun olarak yapıldığı Çanakkale merkez köylerde ve Bayramiç, Biga, Ezine ilçeleri kapsamaktadır. Araştırmanın verileri 2018 yılını kapsayan veriler olup, yüz yüze görüşme yoluyla sağlanmış olan birincil ve orijinal nitelikli anketler oluşturmuştur. Çalışmada anket sayısının belirlenmesinde oransal örnekleme hacmi formülü kullanılmıştır. Çanakkale Damızlık Koyun Keçi Yetiştiricileri Birliğine üye olan aktif 5200 adet işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerden oranlara ait örnekleme yöntemi ile %95 güven aralığı %10 hata payı ile 95 adet işletmeye anket yapılmıştır. Anket yöntemi ile işletmelerin bir çok özelliği incelenip çiftçilerin yeniliklere karşı tutumu ve bu tutumda birliğin etkileri göz önüne alınıp ön sonuçları ortaya konmuştur. Yeniliklerin benimsenmesinde ve uygulanmasında birliğin eğitimleri artırması sonucuna ulaşılmıştır. Birlik çeşitli konularda duyuruları sms ile yapıyor ve yetiştiricilere ulaşıyor bu bağlamda sms sistemi ile bakım, besleme, mekanizasyon gibi yeniliklerin gelişmelerin sms yoluyla da aktarılabileceği sonucu gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: tarımsal yeniliklerin benimsenmesi, Koyun-keçi, yeniliklerin yayılması, yetiştiricileri birliği

Abstract: The aim of the study is to determine the extent of the effects of unity in the introduction, adoption and dissemination of innovations of sheep and goat breeders registered to the Cattle Sheep and Goat Breeders Association of Çanakkale. Working Sheep-Goat breeding is carried out in Çanakkale central villages and includes Bayramiç, Biga and Ezine districts. The data of the study were 2018 data and the primary and original questionnaires were obtained through face-to-face interviews. In the study, proportional sampling volume formula was used to determine the number of questionnaires. There are 5200 active companies that are members of Çanakkale Breeding Sheep Goat Breeders Association. 95% confidence interval with a sampling rate of 95% from these enterprises with a margin of error of 10% was surveyed. With the survey method, many characteristics of the enterprises are examined and the attitude of the farmers towards the innovations and the effects of the union in this attitude are taken into consideration and the preliminary results have been revealed. In the adoption and implementation of innovations, it was concluded that the union would increase the training. The Association makes announcements on various topics via SMS and it reaches the growers. In this context, it is observed that the developments of innovations such as maintenance, feeding and mechanization through sms system can be transferred via SMS.

Key Words: adoption of agricultural innovations, sheep and goat,dissemination of innovations,breeders union

1. GİRİŞ

Çanakkale ilinde koyun ve keçi yetiştiriciliği önemli bir yer tutmaktadır. Kullanılmayan meralar koyun ve keçi yetiştiriciliği sayesinde kullanılabilmektedir. Küçük aile işletmelerinde koyun ve keçi yetiştiriciliği masrafı az olması açısından önemli bir geçim kaynağı oluşturmaktadır(Koyuncu ve ark.2006).

Keçi-koyun yetiştiriciliğinin masrafının az olması cazip bir unsurdur. Çanakkale iklimsel ve tarımsal yapısı nedeniyle küçükbaş hayvancılığının(koyun,keçi) yoğun olarak yapıldığı bir ildir (Koyuncu ve ark. 2006). Çanakkale ikliminde kıl keçisi, saanen keçisi,sakız koyunu, Karacabey merinosu,Tahirova koyununun yetiştiriciliği yapılmakta ve projelerle desteklenmektedir. Çanakkale ilinde mevcut küçükbaş hayvan işlemelerinin büyük çoğunluğu küçük ölçekli aile işletmeleri biçimindedir. Çanakkale ilinde, hem yörenin peynir, yoğurt, çiğ süt gibi ihtiyaçlarını karşılamak, hem de tarımsal gelirlerine katkı sağlamak amacıyla süt koyun ve keçisi yetiştiren işletmelerde karlılığı arttırmak gerekmektedir bu bağlamda da yetiştiricilerin yeniliklerden ve değişiklerden haberdar olması gerekmektedir(Koyuncu ve ark. 2006).

Koyun ve keçi yetiştiriciliği dünyada hayvansal üretim faaliyetleri arasında önemli bir yer tutar. Kullanılmayan mera ve otlaklar koyun-keçi yetiştiriciliği yoluyla değerlendirilebilmektedir, koyun ve keçiler böyle alanlardaki durumu insan beslenmesi için önemli bir madde olan süte dönüştürür. Meraları diğer çiftlik hayvanlarına göre

koyun ve keçiler daha iyi değerlendirir. Koyun ve keçilerin et ve süt dışında derisinden de büyük ölçüde yararlanılmaktadır(Emsen ve ark., 2008).

Çanakkale Damızlık Koyun Keçi Yetiştiricileri Birliği 2003 yılında kurulmuştur. Birlik sözleşmesinde birlik üyeleri arası eş güdümü sağlamak ve yüksek verimli hayvan ırklarının yetiştirilmesini sağlamak ve bu bağlamda gerekli programları(ıslah) uygulamak, üye işletmelerine suni tohumlama hizmeti vermek birliğin temel amaçları arasındadır (Koyuncu ve ark.,2006). Yine sözleşme de yer alan bir diğer madde ise üyelerin mesleki eğitimlerini sağlamak, bilgi ve becerilerini artırmak, bunun için kurs, seminer vb. Tertiplemek, göze ve kulağa hitap eden çalışmalar yapmak, her türlü basılı yayım ve haberleşmeyi sağlamaktır. Bu bağlamda tarımsal yeniliklerin benimsenmesinde ve yayılmasında önemli bir maddedir. Araştırma Çanakkale İli Damızlık Koyun- Keçi Yetiştiricileri Birliği'ne kayıtlı koyun ve keçi yetiştiricilerinin, yeniliklerin tanıtılmasında, benimsenmesinde ve yayılmasında birliğin etkilerinin ne ölçüde olduğunun belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırma, çiftçilerin birliğe üye olduktan sonra yeniliklerin benimsenmesi açısından işletmelerine neler kattığını, avantajlarını ve dezavantajlarını belirlemiştir. Çalışmada kişiye ait genel (eğitim,yaş,ailesi) yani sosyal içerikli bilgiler öğrenilip, ikinci kısımda ise işletme(alet-makine,arazi,barınak özellikleri,) ile ilgili sorular sorulmuş olup en son yani üçüncü kısımda da yeniliklerin benimsenmesi(yeni ırklar, bakım tekniğinin değişmesi, yem bitkilerindeki değişiklikler) açısından birliğin etkilerini ölçecek sorular sorulmuştur..

Yeniliklerin yayılması ve benimsenmesi açısından Çanakkale İli Damızlık Koyun- Keçi Yetiştiricileri Birliğinin etkileri her yönüyle araştırılmış olup uygun istatistiki analizlerle sonuçlara ulaşılarak ve gerekli öneriler sunulup literatüre katkı sağlanacağı öngörülmektedir.

2.MATERYAL-YÖNTEM

2.1. Materyal

Çalışmada birincil ve ikincil veriler olarak iki adet veri tipi kullanmıştır. Çalışmanın ana materyalini Çanakkale ilinde Damızlık Koyun Keçi Yetiştiricileri Birliğine üye olan çiftçilerle yüz yüze görüşme yoluyla sağlanan olan birincil ve orijinal nitelikli anketler oluşturmuştur.

Çalışma da anket yapılacak çiftçi sayısının belirlenmesinde, oransal örnek hacmi formülü kullanılmıştır. İşletmelerin toplam sayısı belli olduğu için sonlu ana kitle yani belli bir özelliği taşıyanların tahmin edilen veya bilinen oranına göre örnek hacmi kullanılmış olup formülü aşağıdaki gibidir(Miran,2003).

$$n = \frac{Np(1-p)}{(N-1)\sigma_{px}^2 + p(1-p)}$$

p: oran olup 0,5 olarak alınmıştır.

σ_{px}^2 = oranın varyansını,

n: örnek hacmini,

N: ana kitleyi ifade etmektedir.

Çanakkale Damızlık Koyun Keçi Yetiştiricileri Birliğine üye olan 5200 adet aktif işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerden oranlara ait örnekleme yöntemi ile %10 hata ve %95 güven aralığına göre belirlenen 95 adet işletme ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Formülde verilen değerler yerine konularak yapılan hesaplama sonucu örnek hacmi 95 olarak bulunmuştur. Bu hesaplamaya uygun olarak rastgele seçilmiş olan toplam 95 işletme ile anket çalışmaları yapılmıştır.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

3.1 Yetiştiricilerin Eğitim Düzeyleri

Araştırmanın ön sonuçlarına göre anket yapılan yetiştiricilerin hepsi okuma yazma bilmektedirler. Çanakkale Damızlık Koyun-Keçi Yetiştiricileri Birliği'ne üye yetiştiricilerin % 2,8'i okur yazar, % 60,8'i ilkokul mezunu ,% 14,25"i ortaokul mezunu, %7,6' sı lise mezunu ve geriye kalan %4,75'i üniversite mezunudur.

Eğitim düzeyi	Sayı	%
Okur yazar	3	3
İlkokul	64	67
Ortaokul	15	16
Lise	8	9
Üniversite	5	5

3.2 Yetiştiricilerin Birliğe Üye Olma Nedenleri

Yetiştiricilerin birliğe üye olma nedenleri, Koyun- keçi yetiştiriciliği hakkında teknik bilgi almak için, Desteklemelerden yararlanabilmek için, Islah çalışmaları ve yapılan diğer projelere dahil olmak için ve faydalanmak olarak özetlenebilir.

Tablo 1: Yetiştiricilerin Üye Olma Nedenleri

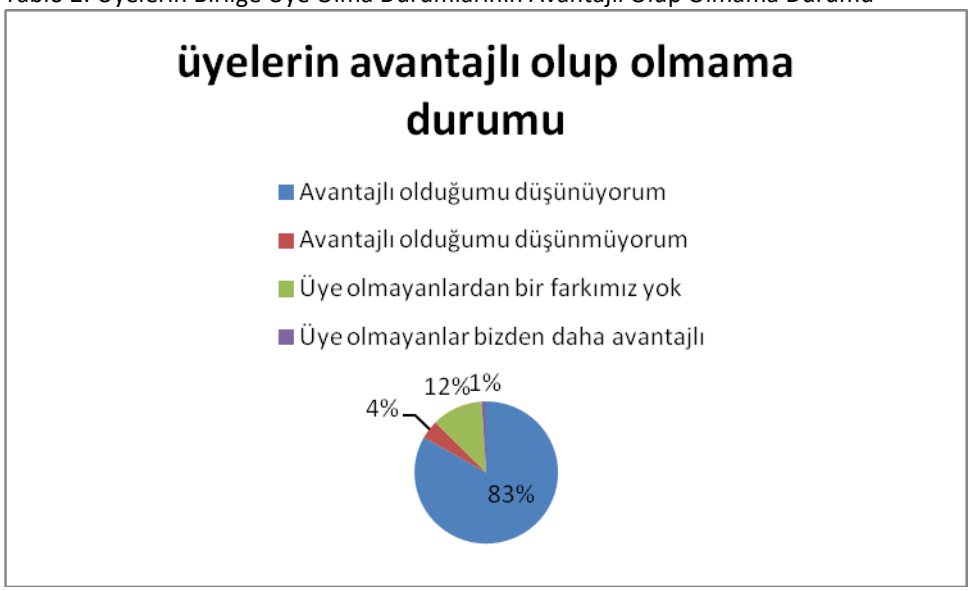


Üyelerin büyük çoğunluğu koyun- keçi yetiştiriciliği hakkında teknik bilgi almak için ve desteklemelerden yararlanabilmek için üye olduklarını söylemişlerdir.

3.3 Damızlık Koyun-Keçi Yetiştiricileri Birliğinin Sağladığı Avantajlar

Birliğe üyeliğin avantajlarını, ürünlerin kalitesini yükseltmek, yetiştiricileri tarımsal etkinliklere götürmek, eğitim faaliyetlerinde bulunmak, danışmanlık hizmeti sağlamak, projelerden ve yeniliklerden haberdar olmaları gibi maddeler halinde sıralanabilir.

Tablo 2: Üyelerin Birliğe Üye Olma Durumlarının Avantajlı Olup Olmama Durumu



3.4 Yetiştiricilerin Birliğin Düzenlediği Etkinlilere Katılma Durumu

Birliğin organizasyonu kapsamında olan etkinlikler ; tarım fuarları, hayvan sağlılığı eğitimi, süt kalitesi ve hijyen eğitimi, yem bitkileri yetiştiriciliği ve besleme, koyun- keçi güzellik yarışmaları gibi etkinlikler yapılmıştır. Üyeler genel olarak etkinliklere katılmayıp, katılan üyelerde tarım fuarları(7) ve hayan sağlığı eğitimine (7) katılmışlardır.

Yetiştiricilerin katılmama nedenleri 56 zamanım yok**,** 13 haberim yok, 1 adet işletme de gerekli bulmadım cevabını vermiştir.

3.5 Dkkyb nin tavsiye edilen ve uyguladığınız yenilik oldu mu?

Tavsiye edilen yenilikler, yetiştirme, besleme, sağlık ve mekanizasyon konusunda olmuştur.

Tablo 3: Yeniliklerin Tavsiye Edilip Uygulanma Durumu

Herhangi bir yenilik tavsiye edildi mi ?	Sayı	%
Tavsiye edildi uyguladım	17	%20
Tavsiye edildi uygulamadım	10	%11
Tavsiye edilmedi	60	%69

Birliğin dağıttığı herhangi bir basılı yayın olup olmadığı yetiştiricilere sorulmuş olup 39 işletme evet cevabını verirken 56 işletme hayır cevabını vermiştir. 39 işlemeye hangi materyal dağıtıldı diye sorulduğunda 39 tanesi kitap ve broşür olduğunu belirtmişlerdir, ayrıca dağıtılan materyal hayvan sağlığı ve hastalıkları ile ilgili olduğu da belirtilmiştir**.**

3.6 Yetiştiricilerin Son Beş Yılda Koyun-Keçi Yetiştiriciliği ile İlgili Uyguladığı Yenilikler

Tablo 4: Uygulanan Yenilikler

Uygulanan yenilik	Sayı	%
Yetiştirme	9	%28
Besleme	7	%22
Sağlık	4	%12
Mekanizasyon	12	%38

Yetiştiricilere öğrenilen yeniliklerin kim tarafından tavsiye edildiğini sorulduğunda 27 üye Çdkkyb, 10 üye komşu ve akrabasından, 17 üye de internetten öğrendiğini belirtmişlerdir.

3.7 Ofise hangi sıklıklarla gidildiği sorulduğunda

Tablo:5 Üyelerin Birliği Ziyaret Etme Durumu

Üyelerin Birliği Ziyaret Etme Durumu	Sayı	%
Haftada bir	2	%2
On beş günde bir	1	%1
Ayda bir	20	%22
Gerekirse telefonla arıyorum	67	% 75

3.8 ÇDKKYB 'nin Yeni Teknolojilerden Haberdar Olma ve Uygulama Konusunda Katkıları

Tablo 6: Yeni Teknolojilerden Haberdar Olma ve Uygulama Konusunda Katkıları

Hiç	17	%22
Çok az	18	%24
Az	34	%45
Normal	5	%6
Çok	2	%3

Yetiştiricilerin yeni teknolojilerden haberdar olma ve uygulama konusunda birliğin etkisinin %45 az oranında olduğu gözlemlenmiştir.

Katkıları oluyor ise ne derece diye sorulduğunda % 64 yetiştirici eğitimlerin artırılması gerektiğini, % 36 kişi yeterli olduğunu belirtmişlerdir.

3.9 Yazılı ve Görsel Basından Tarım ile İlgili Yenilikleri Takip Etme Durumu

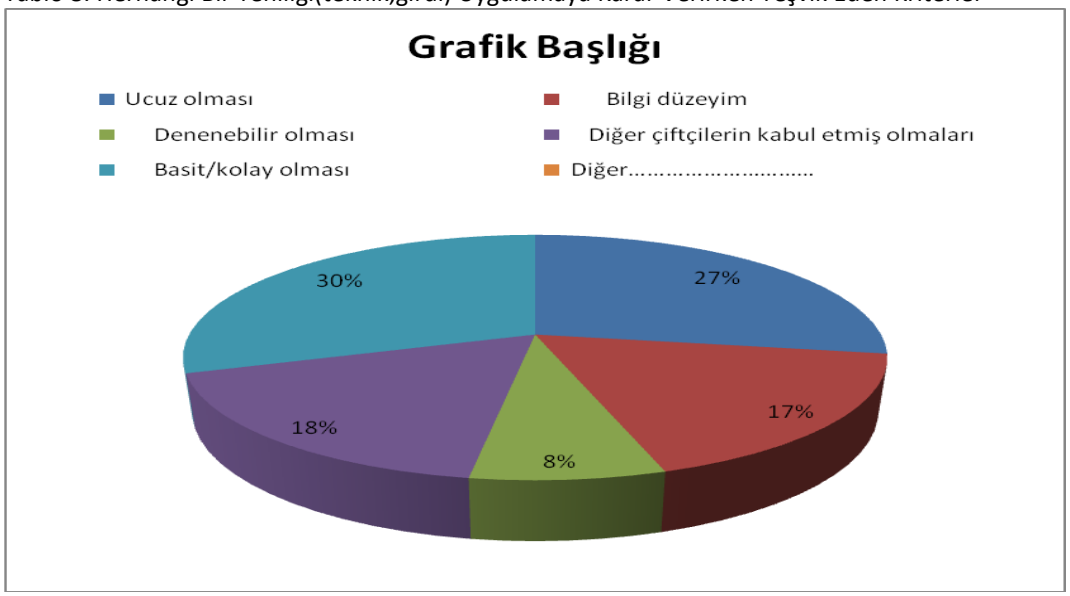
Tablo 7: Yazılı ve Görsel Basından Tarım ile İlgili Yenilikleri Takip Etme Durumu

Düzenli takip ediyorum	37	%40
Ara sıra takip ediyorum	30	%33
Takip etmiyorum	25	%27

Yazılı ve görsel basından takip edilen ve uygulanan yenilik sayısı 20 olup 66 yetiştirici ise uygulamadığını belirtmiştir.

3.10 Herhangi Bir Yeniliği(teknik,girdi) Uygulamaya Karar Verirken Teşvik Eden Kriterler

Tablo 8: Herhangi Bir Yeniliği(teknik,girdi) Uygulamaya Karar Verirken Teşvik Eden Kriterler

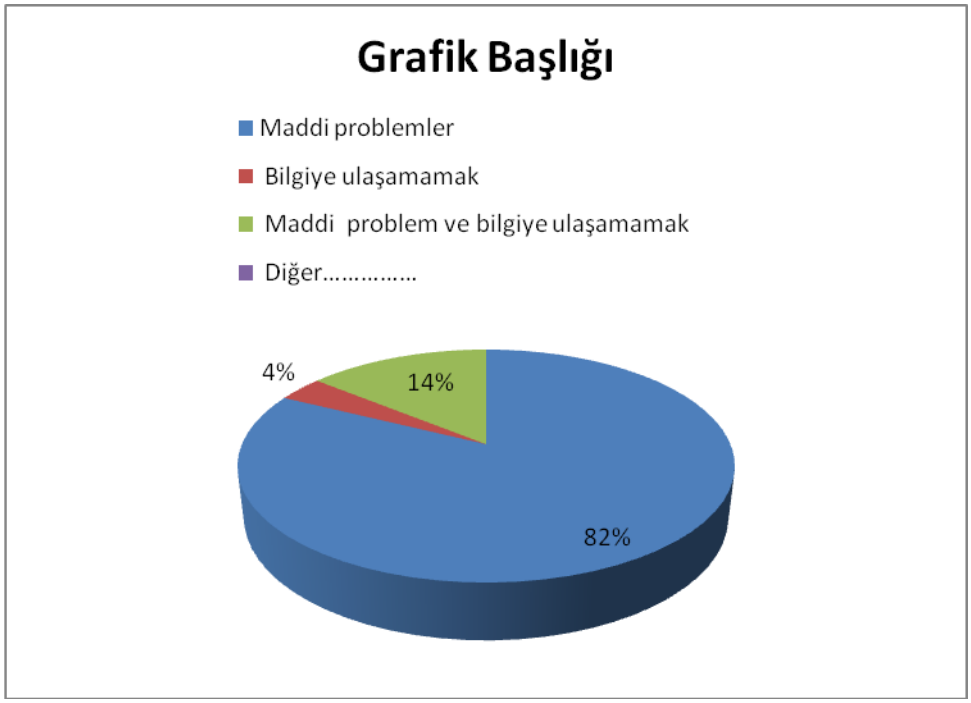


Yetiştiricilerin herhangi bir yeniliği uygulamaya karar verirken teşvik eden kriterlere bakıldığında %30 oranında basit kolay olması, %27'si ucuz olması şeklinde cevap vermişlerdir.

3.11 Tarımsal Yeniliklerin Uygulanmasında Yaşanan Sıkıntılar

Yetiştiricilerin % 82'si maddi problemler cevabını vermiş olup, % 4 'ü maddi problemler cevabını vermişlerdir (Tablo 9).

Tablo:9 Tarımsal Yeniliklerin Uygulanmasında Yaşanan Sıkıntılar



3.12 Yetiştiricilerin Kayıt Tutma Durumu

95 adet işletmeden 54 tanesi kayıt tutuyor ve kayıt tutmada birliğin etkisinin olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo:10 Yetiştiricilerin Kayıt Tutma Durumu

Kayıtlar	Sayı	%
Doğum- ölüm	27	%75
Aşı takibi	1	%3
Yem	5	%14
Hayvanların kiloları (Tartım)	3	%8

3.13 Birliğe Üye Olunduktan Sonra İşletme de Olan farkın Oranları

Tablo:11 Birliğe Üye Olunduktan Sonra İşletme de Olan farkın Oranları

Oran	Sayı	%
Çok var	12	%13
Var	11	%12
Orta	30	%33
Az	14	%15
Yok	25	%27

3.14 Yetiştiricilerin Birliği Tavsiye Etme Durumları

Tablo :12 Yetiştiricilerin Birliği Tavsiye Etme Durumları

Ediyorum	%	Etmiyorum	%
89	%94	6	%6

Tavsiye etmeyen üyelerinin fikirleri alındığında karşılaşılan cevaplar şu şekildedir;faydasını göremiyorum, veteriner hizmeti yok,etkin çalışmadığını düşünüyorum, aidat çok fazla gibi cevaplar vermişlerdir.

4. Sonuç ve Öneriler

Yeniliklerin benimsenmesinde ve uygulanmasında birliğin eğitimleri artırması sonucuna ulaşılmıştır.. Üye olan yetiştiricilerin % 45 i desteklemelerden faydalanmak, %28 Hem koyun- keçi yetiştiriciliği hakkında teknik bilgi almak için, desteklemelerden yararlanabilmek için üye olduklarını belirtmişlerdir. % 45 oranında DKKYB yeni teknolojilerden haberdar olma ve uygulama konusundaki katkısı %45 bulunmuştur. Birlik çeşitli konularda duyuruları sms ile yapıyor ve yetiştiricilere ulaşıyor bu bağlamda sms sistemi ile bakım, besleme, mekanizasyon gibi yeniliklerin gelişmelerin sms yoluyla da aktarılabileceği sonucu gözlemlenmiştir Kitle iletişim araçları (radyo, T.V., gazete, dergi, internet v.b.) yetiştiricilerin yeniliklerden haberdar olma da en etkili kaynaktır. Araştırma yapılan bölgede yeniliklerden haberdar olma da kitle iletişim araçlarından yararlanma oranının az olduğu gözlemlenmiş olup yetiştiricilere eğitimler yetersiz gelmektedir. Damızlık koyun-keçi yetiştiricileri Birliğinin yeniliklerden haberdar etmek için kahvehanelerde düzenleyeceği eğitimler yararlı olacaktır böylece bilgiye ulaşamama durumu da ortadan kaldırılmış olacaktır.

Araştırma bölgesi sınırlı bir alandır ve bu araştırmanın sonuçları tüm yetiştiriciler için genelleştirilemez.

Kaynaklar

Emsen H., Yaprak M., Emsen E., Köyceğiz F. 2008. Romanov koyununun Erzurum şartlarına adaptasyonu Projesi. http://www.erzurumtb.org.tr/

Koyuncu E., Pala, A., Savaş, T., Konyalı, A., Ataşoğlu, C., Daş, G., Ersoy, İ.E., Uğur, F., Yurtman, İ.Y., Yurt, H.H., 2006. Çanakkale Koyun ve Keçi Yetiştiricileri Birliği Üyesi Keçicilik İşletmelerinde Teknik Sorunların Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Hayvansal Üretim 47(1):21-27, 2006, Çanakkale.

Miran B., 2003. Temel İstatistik, Ege Üniversitesi Basımevi, Bornova, İzmir

Yüksel M. 2009., "Köy-Koop'a Üye Olan ve Süt Sığırcılığı Yapan İşletmeler ile Üye Olmayıp Süt Sığırcılığı Yapan İşletmelerin Tarımsal Yeniliklerin Benimsenmesi Açısından Karşılaştırılması. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü. Tarım Ekonomisi Bölümü, Çanakkale.

To Examine the Future of Beef Production in Turkey

Prof. Dr. Zeki BAYRAMOĞLU[1] **Prof. Dr. Cennet OĞUZ[1]***

***Zir. Yük. Müh. Kemalettin AĞIZAN[1]** **Merve BOZDEMİR[1]**

[1]Selcuk University / Institute of Science, Faculty of Agriculture, Department of Agricultural Economy

*Responsible Writer: agizankemalettin@gmail.com

Abstract: As the world population is increasing rapidly, the natural resources are gradually decreasing; to increase food safety for the protection of public health, ensuring easy accessibility of food with sustainable production, it is essential that adequate and balanced nutrition be gained importance. Consumption of animal foods is at the forefront in terms of the amount of protein possessed to provide adequate and balanced nutrition. Studies have shown that at least 40% of the daily protein requirement for adequate and balanced nutrition should be provided from animal foods consisting of meat, chicken, fish, eggs and milk. According to FAO 2016 data, annual per capita consumption of beef 25 kg of the United States, 21.90 kg in Australia and 14.77 kg in Turkey. In the world average 6.50 kg per capita consumption of beef per person. These data, although Turkey has the world consumption on average when compared with the developed countries to increase the annual per capita meat consumption is emerging requirements. In line with this requirement, the increase in demand created in meat will have a direct impact on prices. Although the flexibility of agricultural products is low, the consumer's income is an important factor in demanding agricultural products. The increase in income with the increase in the number increases the demand for per capita beef. The population in Turkey for this and per capita Gross Domestic Product (GDP) for the future from meat data of the income flexibility of demand and price flexibility of demand (between 2017 to 2030 years) were estimated using trend analysis. At the end of the study; of Turkey's population in the year 2030 94.146.718 people and annual per capita consumption of beef is expected to be 17.50 kg. The estimated number of cattle in Turkey for the realization of consumption should be increased 55.49% compared to 2016.

Key Words: Meat, Beef, Trend Analysis, Time Series Analysis.

Türkiye Sığır Eti Üretiminin Geleceğinin İncelenmesi

Özet: Dünya nüfusunun hızla artmasına karşın, doğal kaynakların giderek azalması; toplum sağlığının korunmasına yönelik gıda güvenliğinin arttırılmasını, gıdaların sürdürülebilir üretimiyle birlikte kolay erişilebilirliğinin sağlanmasını, yeterli ve dengeli beslenmenin önem kazanmasını gerekli kılmaktadır. Yeterli ve dengeli beslenmenin sağlanması için ise sahip olunan protein miktarları itibariyle hayvansal gıdaların tüketimi ön plana çıkmaktadır. Yapılan çalışmalarda yeterli ve dengeli beslenme için günlük protein ihtiyacının en az %40'ının kırmızı et, beyaz et, yumurta ve sütten oluşan hayvansal gıdalardan sağlanması gerekliliği ortaya konmuştur. FAO 2016 verileri incelendiğinde yıllık kişi başı sığır eti tüketiminin ABD'de 25 kg, Avustralya'da 21,90 kg, Türkiye'de 14,77 kg, olduğu görülmektedir. Dünya ortalamasında ise yıllık kişi başı sığır eti tüketim miktarı 6,50 kg'dır. Bu veriler Türkiye'nin dünya ortalaması üzerinde tüketime sahip olmasına rağmen gelişmiş ülkelerle kıyaslandığı zaman kişi başına yıllık et tüketiminin arttırılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu gereklilik doğrultusunda kırmızı ette yaratılan talep artışı fiyatlar üzerinde doğrudan etkili olacaktır. Tarım ürünlerinin elastikiyeti düşük olmasına rağmen, tüketicinin geliri tarımsal ürünlerin talep edilmesinde önemli bir faktördür. Gelir artışının yanı sıra nüfusunda artması kişi başına talep edilen sığır eti miktarını arttırmaktadır. Bu doğrultuda Türkiye'de nüfusun ve kişi başına Gayrisafi Yurtiçi Hâsıla (GSYİH)'nın verileri kullanılarak kırmızı etin geleceğe yönelik gelir talep elastikiyeti ve fiyat talep elastikiyeti (2017–2030 yılları arası) trend analizi ile tahmin edilmiştir. Çalışmanın sonucunda; Türkiye nüfusunun 2030 yılında 94.146.718 kişi ve yıllık kişi başına düşen sığır eti tüketiminin 17,50 kg olması beklenmektedir. Tahmin edilen tüketimin gerçekleştirilebilmesi için Türkiye'deki etlik sığır sayısının 2016 yılına oranla %55,49 arttırılması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kırmızı Et, Sığır Eti, Trend Analizi, Zaman Serisi Analizi.

1. INTRODUCTION

Environmental pollution that occurred in the world and Turkey, the problem of access to clean water, changes in wage distribution and the approach to the final limits of arable land with experienced population growth are major problems in agriculture. Especially when arable land and agricultural production are decreasing, the agriculture sector shows tendency in two different ways depending on supply and demand due to the rapid increase of world population. When the cause-effect relationship of many problems arising in everyday life is examined, it is seen that the interaction between supply and demand is in the forefront. The increases and decreases in the agricultural market, especially in the price trends of the products, are explained by the supply and demand models. Considering these changes in the prices of agricultural products, it can be said that the

agriculture sector has a strategic priority in meeting the basic food needs of the society. The agricultural sector, which is important in terms of public health and environmental sustainability, is also a source of balanced nutrition. It is a requirement for balanced nutrition that individuals who make up the society should get 75-80 gr of protein a day. At least half of the amount of protein consumed for balanced nutrition should be of animal origin. The basis of animal proteins is meat and meat products.

The amount of animal products consumed by countries is regarded as a development criterion. When the data for 2016 are examined in this direction, the total amount of meat consumption per capita in the USA was determined as 116.70 kg. These values, while Argentina 99.50 kg and 93.90 kg of Australia is only 29 kg in Turkey (NMC, 2017). According to FAO data, the annual consumption of meat per capita in the world is 34.30 kg. The economic fluctuations experienced in developing countries change the consumption tendency of animal products more rapidly than developed countries (Cankurt et.al, 2010). Especially when the income level of the society increases, the demand for the consumption of protein-derived products increases directly.

Considering food consumption and dietary habits have an important place in Turkey, said that the consumption of beef. According to FAO's 2016 data, per capita annual beef consumption was 25 kg in the United States and 21,90 kg in Australia. The world average of beef consumption is 6.50 kg. If beef consumption per capita in Turkey was realized as 14.77 kg. Although below the world average annual meat consumption per capita in Turkey is the opposite case in the examined data on consumption of beef. 36.15% of the total meat consumed in the world is covered by pig products. Turkey is so low as to be negligible in the consumption of pork products and 90,32% of total meat production according to TURKSTAT data is derived from beef. Therefore, the study comparisons were made on beef consumption.

When the world beef carcass prices are examined, prices per kg; USA 13.11 TL/kg, Australian 12.26 TL/kg, Brazil 8.19 TL/kg and Turkey 23.93 TL/kg that is examined (MDAR Report, 2016). Beef prices in Turkey as it is a known fact that increased. While the price of beef carcass was 2.84 TL/kg in 2000, it was 25.03 TL/kg in 2016. However, data on animal production in Turkey is examined as broiler and cattle number of years and it was determined that increases the amount of meat production. According to the TURKSTAT data, in 2016, the number of bovine animals is 3,765,077 heads and the meat production amount is 1,173,042.18. The increase in grants and subsidies granted to animal husbandry in recent years has also directly affected the number of animals and production, while increasing investment in cattle breeding. From this point of, it is important to establish and implement meat strategies in order to increase the amount of meat consumption.

In order to implement the meat strategies aimed at increasing the amount of meat consumption, it is necessary to find solutions to the structural problems of agricultural enterprises. An important part of the animal production by family farming, or small-scale businesses, using traditional production methods, and not having sufficient knowledge of quality and food safety in Turkey. These enterprises; are small scale producers who do not have enough knowledge about the input-output relationship that make up the production process, do not give importance to animal health, food safety and adapt to market conditions. Enterprises with an important percentage in animal production; is made up of a large number of unorganized producers. The trade of animal products is under these conditions; especially on a market where there is a limited number of buyers who are in a business relationship with the price. (Aydın et., 2010). In the formation of meat prices in Turkey, various factors such as prices of substitute products, state intervention, subsidies, interest rates, consumer demand, consumer incomes and pleasures, as well as inputs such as fattening materials, feed and workmanship. There are the animal breeding process, high raw material costs, health and care costs, diseases, risks involved in living materials, the small number of animals per enterprise in small family businesses, lack of animal welfare in existing enterprises cause of frequent fluctuations in meat prices in Turkey.

Turkey, as a result of the longstanding sectoral policies and the structural problems of agriculture, before the sheep and goat meat prices, beef prices after the increase in real terms has occurred. Decision makers are demanding to balance the increasing meat prices by importing meat from abroad (Aydın et., 2010). For this purpose sectoral decisions have been taken by reducing the customs duties of imports of live animals and meat. This study evaluated the production potential when applied policies and in meat prices in Turkey have in years and GNP (2000-2016) as examined changes occurring; By using the Consumer Price Index (CPI, 2000-2016), forecasts were made on future consumption (2017-2030) per capita consumption of meat and changes in meat prices.

2. MATERIALS AND METHODS

2.1. Materials

Meat consumption annual per capita in Turkey and in prices occurred in this study is intended to predict future changes. The data used for this analysis Turkey Statistical Institute (TURKSTAT), the United Nations Food and Agriculture Organization (FAO), Meat and Dairy Authority Reports (MDAR) and the National Meat Council (NMC) has been compiled from sources. The data set has been estimated for the years 2017-2030, taking into account the data for years 2000-2016.

2. Methods

Time series data were used in the study, time series; when used for an application, the series must have a reliable data set of the past (Göktaş, 2005). Trend analysis in this stochastic process; long-term trends of the time series. In this study; it is aimed to make a prediction for the future of the meat market, to develop the market in the planned direction and to contribute to the control of the market. Depending on the purpose of the work; has been accepted as an argument and chosen as the year forecasts for the year 2016, 2017-2030 year include beef prices beef consumption per capita in Turkey is estimated using trend analysis.

The "Least Squares Method" which is one of the trend analysis methods in the study was applied to fixed data. A linear regression model was chosen for the estimation method.

$$Y = a + bX$$

Y in the equation; is a trend value for a given year, a and b values are fixed in the equation. X is the time variability. The Y value in each trend depends on the change in X value as the time changes in order to estimate the variables a and b in the model. In the system of normal equations required to estimate this model,

$$\sum Y = na + b\sum X$$

$$\sum XY = a\sum X + b\sum X^2$$

it was formed in the form of. Since the total X value is set to 0 (zero), this equation system;

$$\sum Y = na$$

$$\sum XY = b\sum X^2$$

reduced in form.

When error rate is calculated in least squares method, variability and smallest variance properties are estimated. Here the "Least Mean Square Error" (LSE) is expressed as the expected value of the squares of the differences of the estimator with the population parameter (Tarı, 2002). Expected increases in population and GNP are determined by this method.

$$OHK\ (b') = E(b' - b)^2$$

The mathematical model for meat consumption and price formation per capita in the study analyzed by linear regression model was calculated by using spring flexibility. When the spring flexibility is calculated;

$$E = \frac{\frac{M_2 - M_1}{M_2 + M_1}}{\frac{F_2 - F_1}{F_2 + F_1}} \qquad (1)$$

This formula used (Oğuz ve Bayramoğlu, 2015). In the mathematical models that are created, it is assumed that the supply meets the demand. In the market equilibrium model, price formation has come to the fore as a result of equality of supply and demand. In this point, average values were calculated with spring flexibility in long term calculations.

Using "Income Flexibility of Demand", the consumption of meat per capita (kg) per capita for the future was estimated and the current prices were taken while calculating per capita GDP. Withdrawing the income flexibility of demand formula from the spring flexibility formula (1);

$$ET_{yıl} = \frac{(f_2 + f_1) * (GT_E - 1)}{1 - GT_E(f_2 - f_1)} \qquad (2)$$

$ET_{yıl}$: Per Capita Annual Meat Consumption for the Future

f_1: GDP per capita for 2016

f_2: GDP per Person Estimated

GT_E: Income Flexibility of Demand as calculated.

"Price Flexibility of Demand" was used to estimate 1 kg carcass meat price (TL) and the TFE values were used to calculate prices. The price flexibility of demand formula is drawn from the spring flexibility formula (1);

$$EF_{yıl} = \frac{(M_2 + M_1) * (FT_E - 1)}{1 - FT_E(M_2 - M_1)} \qquad (3)$$

$EF_{yıl}$: Calculated 1 kg Carcass Meat Price for Future

M_1: 1 kg Carcass Meat Price for 2016

M_2: Estimated 1 kg Carcass Meat Price Related

FT_E: Price Flexibility of Demand as calculated.

3. RESEARCH FINDING

The amounts of beef exports and imports of some developed and developing countries over the years are given in Table 1. According to the table, Brazil is the country that exports most beef with 2.019 thousand tons in 2016, while USA is the country that imports the most meat with 1.853.30 thousand tons. Turkey is 22.1 thousand tons of beef exports in 2016, it has made 28.9 thousand tons of beef imports.

Brazil's share was 18%, Australia 17%, India 16%, USA 10%, Canada 7%, New Zealand 6% and the other countries 26%, respectively, when the share of major countries in world beef exports was examined. The share in total exports of Turkey's beef exports has been calculated as 0.24%. When the share of major countries in world beef imports is examined, the USA is the first country with 20%, followed by Japan with 8%, Russia with 7% and China with 6.21% and South Korea with 4%. The share in total imports of Turkey's beef imports is 0.32%.

Table 1. Export and Import of Beef by Countries for Years (1000 tons)

Countries	2012		2013		2014		2015		2016	
	Export	Imports	Export	Imports	Export	Imports	Export	Imports	Export	Imports
Brazil	1.654,40	48,50	1.988,30	45,50	2.051,70	48,80	2.099,00	65,60	2.019,00	68,00
Australia	1.590,90	13,30	1.922,60	10,70	2.260,40	12,50	1.962,20	12,50	1.816,70	12,50
India	1.345,90	3,80	1.746,70	4,20	1.933,30	3,60	1.720,60	4,30	1.771,60	4,30
USA	1.113,60	1.584,30	1.175,60	1.532,70	1.168,00	1.859,90	1.027,20	2.106,20	1.098,70	1.853,30
Canada	591,70	278,70	623,60	269,80	701,80	277,40	746,80	286,60	744,40	281,60
New Zeland	505,90	6,00	546,30	8,80	553,90	12,70	609,00	16,70	598,40	16,70
Mexico	455,70	152,10	331,70	163,60	392,90	206,10	432,20	179,40	411,90	170,70
Uruguay	342,00	0,20	332,70	1,30	368,50	2,80	365,80	1,70	365,10	1,70
EU	368,90	274,70	269,80	303,80	321,40	307,50	393,30	303,90	333,00	315,10
Argentina	185,10	7,00	202,90	7,00	209,00	7,00	220,00	7,00	250,00	7,00
South Africa	19,80	46,40	23,00	44,40	196,90	69,70	194,70	81,60	186,50	75,90
China	62,70	92,90	61,80	377,00	45,00	390,80	41,40	556,60	85,00	565,00
Turkey	18,90	136,40	20,50	50,30	20,60	13,90	17,10	29,10	22,10	28,90
Chile	6,90	172,30	5,70	227,60	42,10	224,30	17,80	180,00	17,50	194,50
South Korea	2,90	319,90	5,70	327,20	4,70	345,70	6,00	358,00	5,80	362,80
Japan	1,20	721,70	1,30	764,40	1,30	739,00	1,60	740,00	1,60	724,90
Norway	0,60	9,10	0,80	8,70	1,80	8,70	1,00	8,30	1,10	8,30

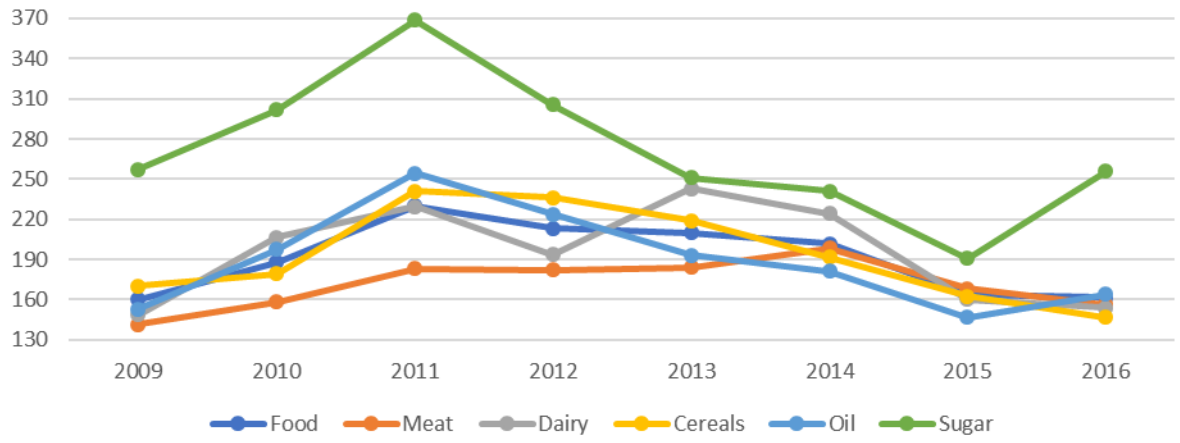
Israel	0,90	141,90	0,90	159,00	0,90	160,60	0,90	162,60	0,90	165,00
Swiss	0,60	27,40	0,60	35,10	0,60	35,50	0,70	33,90	0,70	37,30
Indonesia	1,30	136,90	0,50	147,20	1,30	183,20	0,80	189,00	0,70	249,80
Russia	0,00	1.250,00	0,00	1.008,50	0,00	913,90	0,00	826,20	0,00	670,00

Source: MDAR Report, 2016.

The FAO meat price index is an indicator of changes in international food commodity prices. According to this index, the total price of 73 food items including food, meat, milk and milk products, cereals, oil and sugar was weighted according to trade shares. The average price for this index is taken as 100 between 2002 and 2004, and the changes between 2009 and 2016 are shown in Graph 3.1.

According to Chart 1, meat prices have been trending up to the last 2 years, with meat prices falling in 2015 and 2016. The reason for this decrease in prices is; Increase of animal production support in the state in 2015 and 2016, reduction of customs tax and increase of import of meat. Especially in 2016, the meat price index was 156.20, and policy changes reflected more in the price index. In the price index, the change between 2011-2016 – 14.80%, and the change between 2015 and 2016 – 7.10%.

Graph 1. FAO Price Indices (2002-2004 = 100)



Source: FAO, 2018.

Table 2 shows the average beef carcass prices of countries according to years. Especially the countries that export the most beef in the world; Brazil and Australia compared the prices of the most beef importing countries in the US. EU countries, which are the potential market for Turkey have also been included in the comparison. Beef carcass prices are the cheapest among the countries compared to the countries Brazil is with 2.39 € / kg. Because of the cheaper meat of beef carcasses, Brazil exports average 2 million tons of meat a year. This is the case in Australia and the price of beef carcass meat is 3.58 € / kg. The price of beef carcass in the United States, which imports the world's most beef, is 3.82 € / kg.

Beef carcass price for years in Turkey showed a growing trend as the train. Beef carcass price in 2016 in Turkey 6.98 € / kg was determined. Along with this value, the annual change between the average 1 kg carcass meat price in 2015 and the meat price in 2016 was set at -6.52% on a Euro basis.

Table 2. Average Beef Carcass Prices of Countries in Years

	2012		**2013**		**2014**		**2015**		**2016**	
	€/kg	**TL/kg**	**€/kg**	**TL/kg**	**€/kg**	**TL/kg**	**€/kg**	**TL/kg**	**€/kg**	**TL/kg**
EU	**4,01**	9,29	**4,27**	10,81	**4,00**	11,65	**4,32**	13,25	**3,93**	13,48
Annual Change	0,00	0,00	6,48	16,38	-6,29	7,79	7,90	13,78	-8,94	-3,74
Turkey	**6,31**	14,61	**6,09**	15,40	**6,21**	18,07	**7,38**	22,67	**6,98**	23,93
Annual Change	0,00	0,00	-3,52	5,45	2,00	17,33	18,94	25,43	-6,52	-1,19
Brazil	**2,29**	5,30	**2,16**	5,47	**2,44**	7,11	**2,41**	7,38	**2,39**	8,19
Annual Change	0,00	0,00	-5,68	3,09	12,99	29,97	-1,44	3,93	-0,63	5,04
USA	3,34	7,73	3,32	8,40	**4,08**	11,87	**4,68**	14,38	**3,82**	13,11

Annual Change	0,00	0,00	-0,60	8,64	22,82	41,28	14,88	21,15	-18,39	-13,74
Australia	**2,63**	6,09	**2,31**	5,85	**2,29**	6,66	**3,14**	9,65	**3,58**	12,26
Annual Change	0,00	0,00	-12,17	-4,00	-0,98	13,90	37,49	44,98	13,74	20,23

Source: MDAR Report, 2016.
** Annual changes are given as% ratios.*

In Table 3, the consumption figures per capita of beef per country were given comparatively by years. In 2016, Uruguay, which has a consumption per capita of 46.70 kg per person, is in the first place. After Uruguay, the country with the highest per capita consumption is Argentina with 41.40 kg. Beef consumption annual per capita is set at 25.50 kg in Brazil, which ranks first in exports of beef. It can be seen that countries are a criterion in determining the level of development of beef consumption per capita compared to meat consumption quantities. A significant number of countries in the table are countries with high national incomes in the status of developed countries.

There is a directly proportional relationship between the amount of meat consumed and national income. It is predicted that the increase in the national income per capita in the study will be reflected in the amount of meat consumption and increase in the consumption amount. When the meat consumption amounts and the GDP of the countries are compared, the relationship between these two variables is generally verified. It is known that the citizens of high-income countries consume more meat than the citizens of narrow-gestation countries. However, the correlation between the variable and the expected results is also observed. For example, in countries such as Brazil and Argentina, much more meat is consumed than is estimated by per capita GDP. Similarly, more meat consumption is expected in the Gabon region of Central Africa. In this sense, consumption and consumption habits are among the most important factors affecting demand. Consumer habits play a decisive role in the amount of demand for the product. In countries such as South America and North America where meat consumption per capita is estimated to be higher than expected, besides income effect, consumption habits also play an important role in product preferences. On the other hand, the high quality of beef due to the presence of large pasturelands in these countries has a positive effect on the amount of consumption.

Mainly it preferred meat in meat consumption in Turkey. However, a low income level in a significant part of the population has a negative impact on the amount of meat demanded. Capita beef consumption per capita in Turkey is 14.77 kg level.

Table 3. Per Capita Beef Meat Consumption by Countries in Years (kg / person)

Countries	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Argentina	39.50	37.90	40.20	43.20	40.40	40.40	41.40
Brazil	25.10	24.50	24.70	26.20	26.50	24.20	25.50
USA	27.60	26.50	26.30	25.80	24.80	24.70	25.00
Australia	25.30	23.30	22.40	23.70	23.60	22.80	21.90
Israel	18.90	19.60	19.30	20.70	20.40	20.20	20.30
Canada	20.20	19.70	19.80	19.50	18.00	17.40	17.50
New Zeland	19.40	19.70	18.40	15.70	14.70	14.50	14.20
Russia	13.30	13.50	14.10	12.90	12.60	12.10	11.00
EU	11.40	11.10	10.80	10.50	10.60	10.80	10.90
South Korea	8.40	8.80	8.90	9.20	9.40	9.60	9.50
Mexico	9.60	8.70	8.70	9.30	9.20	8.80	8.80
Turkey	6.10	6.00	7.30	7.80	8.10	8.30	8.40
Japan	6.80	6.80	6.80	6.80	6.80	6.70	6.70
China	3.40	3.30	3.40	3.60	3.70	3.80	3.90
Indonesia	1.70	1.70	1.70	1.80	1.90	1.90	2.20

Source: MDAR Report, 2016.

The total amount of beef produced in this study was added to the total amount of beef imported and the total amount of beef exported was subtracted from this sum; the total amount of beef consumed in Turkey is calculated. As a result of dividing the total consumption of beef by the total population, the consumption of beef per capita was calculated. The figures for the amount of beef consumption per capita are closely related to both the public sector and private sector data (Kızıloğlu and Kızıloğlu, 2013). Because the average values have been obtained both show the potential of both beef consumption in Turkey grants to be compared to other countries in Turkey.

In Table 4, the meat consumption annual per capita was calculated by the formula of income flexibility of demand (2) and the meat prices by the price flexibility of demand formula (3), the results obtained were evaluated using the least squares method and the demand and prices (2017-2030) how it is supposed to change.

The income flexibility of demand formula was used when demand flexibility was calculated and it was accepted as 2016 fixed year in calculations. According to the results obtained, per capita consumption of meat was estimated to show an increasing trend over the years. The consumption of beef per capita, which is 14.77 kg in 2016, is expected to be 17.50 kg per capita in 2030. In this context, total consumption of beef will be 1.647.190,40 thousand tons in 2030. The average carcass weight seems to have increased at a certain rate every year until 2016. Artificial insemination and rehabilitation studies have been effective in increasing the output from animal production in this increase, and the carcass weights and thus productivity in animal production have been increased over the years. In the analysis made, the carcass weight in 2016 was considered fixed for the other estimated years. The predicted total consumption of meat, carcass weight divided by the fixed number of animals accepted needed in Turkey are calculated. Because of the weight of the carcass kept constant; it is estimated that there will be an increase in animal existence due to population increase. With the trend increasing over the years, it is determined that the average number of animals cut in 2030 will be close to 6 million and the consumption of meat per capita will increase in this direction.

While the price flexibility of demand is calculated, spring flexibility formula is taken as basis and a new formula has been established for estimates. With the formula obtained, meat price estimates are calculated for the years 2017-2030, assuming the year 2016 as a fixed year. As a result of calculations made with price flexibility, the price of meat per kilogram in 2017 is estimated to be 24.63 TL. Prices have trended upwards until 2016, mainly due to basic problems, such as high input costs and high labor price wages in meat prices. Estimated meat prices are expected to show a decreasing tendency from 2016 until 2030. The price of 1 kg meat in the last year is estimated to be 20.96 TL.

The cost of all expenses is equal to the average 22 kg of meat in live animals in Turkey. In this context, solving input problems or increasing the weight of live animals will reduce the costs. Expected increase in expected number of animals is the fact that meat prices have a trend which is decreasing in the estimated years. For example; In 2016, the price of one kilogram of meat is 25.03 TL and the number of animals owned is 3,900,31 thousand. It is expected that the price of 1 kg meat will be 20.96 TL in 2030 and the number of animals will reach 6,064,77 thousand heads. From 2016 to 2030 it is estimated that there will be an increase of 64.31% in animal assets.

Table 4. Annual Per Capita Meat Consumption and Meat Prices and Estimate

Year	Population	GDP (Thousand TL)	Per Capita GDP (TL)	Meat Consumption Annual Per Person (Kg)	Total Meat Consumption (Bin Ton)	Average Caracas Weight (Kg)	Number Of Animals (Thousand Head)	Average Changing Animal Number (Head)	Meat Price (TL)
2000	64,729,501	72,436,398.87	1,119.06	13.38	866,182.10	168.75	2,101.58	0.00	2.84
2001	65,603,160	68,309,352.09	1,041.25	11.93	782,900.67	179.89	1,843.32	-12.29	3.32
2002	66,401,851	72,519,831.01	1,092.14	11.50	763,581.76	184.67	1,774.11	-3.75	5.57
2003	67,187,251	76,338,192.55	1,136.20	9.95	668,505.74	182.56	1,591.05	-10.32	8.41
2004	68,010,215	83,485,590.61	1,227.54	12.09	822,317.91	196.60	1,856.55	16.69	9.16
2005	68,860,539	90,499,730.90	1,314.25	10.80	743,403.45	197.29	1,630.47	-12.18	9.56
2006	69,729,967	96,738,320.21	1,387.33	11.38	793,311.99	194.58	1,751.00	7.39	10.29
2007	70,586,256	101,254,625.47	1,434.48	8.15	575,384.94	215.55	2,003.99	14.45	11.16
2008	71,517,100	101,921,729.92	1,425.14	6.74	482,158.23	213.50	1,736.11	-13.37	11.72
2009	72,561,312	97,003,114.41	1,336.84	5.69	412,533.64	216.60	1,502,07	-13.48	13.41
2010	73,722,988	105,885,643.94	1,436.26	11.28	831,305.79	237.70	2,602.25	73.24	18.41
2011	74,724,269	115,174,724.19	1,541.33	11.88	887,581.64	250.80	2,571.77	-1.17	18.54
2012	75,627,384	117,625,021.08	1,555.32	12.45	941,186.67	286.40	2,791.03	8.53	17.51
2013	76,667,864	122,556,461.02	1,598.54	13.07	1,002,194.38	253.40	3,430.72	22.92	15.83
2014	77,695,904	126,257,810.58	1,625.03	12.98	1,008,868.19	237.60	3,712.28	8.21	17.10
2015	78,741,053	131,272,703.17	1,667.14	14.82	1,166,777.41	269.50	3,765.08	1.42	21.14
2016	79,814,871	134,619,112.07	1,686.64	14.77	1,178,571.63	271.60	3,900.31	3.59	25.03

2017	80,838,450	138,802,984.79	1,717.04	15.00	1,212,273.74	271.60	4,463.45	14.44	24.63
2018	81,862,163	142,986,857.51	1,746.68	15.22	1,245,932.86	271.60	4,587.38	2.78	24.25
2019	82,885,876	147,170,730.23	1,775.58	15.44	1,279,551.12	271.60	4,711.16	2.70	23.89
2020	83,909,589	151,354,602.95	1,803.78	15.65	1,313,130,76	271.60	4,834.80	2.62	23.56
2021	84,933,302	155,538,475.66	1,831.30	15.86	1,346,673.81	271.60	4,958.30	2.55	23.24
2022	85,957,015	159,722,348.38	1,858.17	16.06	1,380,182.20	271.60	5,081.67	2.49	22.93
2023	86,980,728	163,906,221.10	1,884.40	16.25	1,413,657.70	271.60	5,204.93	2.43	22.64
2024	88,004,440	168,090,093.82	1,910.02	16.44	1,447,101.95	271.60	5,328.06	2.37	22.37
2025	89,028,153	172,273,966.54	1,935.05	16.63	1,480,516.49	271.60	5,451.09	2.31	22.10
2026	90,051,866	176,457,839.26	1,959.51	16.81	1,513,902.76	271.60	5,574.02	2.26	21.85
2027	91,075,579	180,641,711.97	1,983.43	16.99	1,547,262.09	271.60	5,696.84	2.20	21.62
2028	92,099,292	184,825,584.69	2,006.81	17.16	1,580,595.74	271.60	5,819.57	2.15	21.39
2029	93,123,005	189,009,457.41	2,029.68	17.33	1,613,904.89	271.60	5,942.21	2.11	21.17
2030	94,146,718	193,193,330.13	2,052.05	17.50	1,647,190.64	271.60	6,064.77	2.06	20.96

4. RESULT AND DISCUSSION

Turkey, especially between the years 2000-2009 decline occurred in the number of animals slaughtered and the amount of meat production with the trend increase in the number of animals has increased in 2010. Of Turkey, especially in the 2000s from the then young population migration to cities from rural areas of acceleration and the average age of the population living in rural areas rise to the formation of labor thrown in the countryside and the number of animals slaughtered indirectly led to the decline. The number of family businesses that have implemented farming activities has also decreased. Increased input costs in cattle breeding and inadequate support for infestation have reduced the supply of meat. Despite the increase in investment support for animal husbandry in recent years and the increase in the number of large-scale investments and the increase in the number of animals continue to increase every year, the lack of young population in the rural area and the continuation of immigration to the city continues to be an important problem. It is expected that the Young Farmer Project, which started to be implemented in 2016 in order to solve the rural population problem, will encourage the young population to make livestock in rural areas by preventing young people from moving to the city.

Due to the problems experienced in animal production in Turkey meat and live animals the way of imports lowered the customs duties for the import of opened and meat and in 2016 through the Dairy Council of 500 thousand heads of butchery and growing cattle were imported. In the year of 2017, the Meat and Milk Authority was authorized to import 500 thousand head and nursery animals with the decision of the Council of Ministers. In addition to the policies the State implements for imports, the customs duty of 60% for the private sector has been reduced to 10%. High efficiency stock that imports of beef breeds animals for breeding animals in Turkey, 2016, 150 thousand heads of breeding cattle were imported. While the contribution of dairy premiums to breeders constituting feedstuffs, incentives such as calf support is not a major contribution, the stabilization of milk prices will contribute to the formation of fattening material.

The removal of VAT from feeds in animal production by 2016 will be an important step in reducing fattening costs. Turkey experienced by the meat issue in the short and medium term increase of investment in livestock farming in order to find solutions, rich pastures and thereby contributing to the development of cattle breeding in the region suitable for cattle with topography and citizens should be encouraged in the bovine meat consumption.

All policies identified and assessed the situation in Turkey production and consumption volume and price estimates per capita consumption of meat at the end of the study. Meat consumption and prices regarding forward-looking predictions made in Turkey; it was determined that increasing meat consumption per capita would be an important indicator in terms of development. Moreover, the methods to be followed for the purpose of lowering prices and increasing consumption need to be directed at the restructuring of fattening enterprises.

Least squares as a result of the application of trend analysis performed in Turkey with a population of 94.146.718 in 2030, annual per capita consumption of meat is expected to be of the 20.96 per kg and 17.50 kg

of carcass meat prices. It is necessary to increase the number of cattle by 55.49% in order to realize the estimated consumption amount. In this context, the presence of feedlots in Turkey should be assessed on the basis of 5. These;

- Livestock raising animals must be purchased.
- Administrative wrongs in farming operations should be exhaustive analyzed and encouraged by farmers to implement solutions (feeding, ration, planning, organization, lack of qualifications, herd management).
- The cause of animal diseases should be analyzed; appropriate treatments should be performed under appropriate conditions. Measures should be taken to ensure animal welfare in enterprises operating in the field of animal production.
- Be sensitive about the feeding of animals (macro and micro elements to be used in combination, a feed job is often ignored in all feed business use micro nutrients in Turkey).
- Taking preventive measures due to high raw material prices; bran, soya, soy sauce and razmol products should be prevented from being imported and alternative raw material production should be provided.

Through the establishment of feedlots on these five basic competitive advantage of the presence of meat production and consumption in Turkey it will be provided.

RESOURCES

AYDIN, E., CAN, M. F., ARAL, Y., CEVGER, Y. and SAKARYA, E., 2010. The Livestock and Meat Cattle Breeders of Import of the decision Effects in Turkey, Association Journal of Veterinary Judges, 81 (2) , Pages 51-57.

CANKURT, M., MİRAN, B. and ŞAHİN, A., 2010. A Research on Determining the Factors Affecting the Preferences of Cattle Meat: İzmir Case, Animal Production, 51 (2), Page 16-22.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANİZATİON OF THE UNITED NATIONS (FAO), 2018. http://www.fao.org/faostat/en/#compare, Accessed Date: 02.01.2018.

GÖKTAŞ, Ö., 2005. Theoretical and Applied Time Series Analysis, Beşir Kitabevi, ISBN: 975-8406-39-6.

KIZILOĞLU, S. and KIZILOĞLU R., 2013. A Research Which Investigates Meat and Import Consumption Status in Erzurum Central District, Journal of Iğdır University Institute of Science and Technology, 3 (1), Page 61-68.

MEAT AND MILK CENTER (MDAR) Report, 2016. https://www.esk.gov.tr/upload/Node/10255/files/2016_Year_Sector_Registration_Report.pdf, Accessed Date: 21.12.2017.

NATIONAL MEAT COUNCIL (NMC), 2017. http://www.ukon.org.tr/Raporlar.aspx, Accessed Date: 09.02.2018.

OĞUZ, C. and BAYRAMOĞLU, Z., 2015.Agricultural Economics,Atlas Academy, ISBN:978-605-63373-3-8.

TARI, R., 2002. Econometrics, Alfa Publications: 609, Economic Series: 032, ISBN: 975-316-264-2.

TURKISH STATISTICAL INSTITUTE (TURKSTAT), 2018. http://www.tuik.gov.tr/ustmenu.do ?metod=kategorist, Accessed Date: 10/01/2018.

Effect of Land Consolidation on Rural Development; a Case of Study Inli-Dinlendik Villages

Assist.Prof. Zuhal KARAKAYACI[1] **Agr.Eng. Seda ATAMAN[1]**

Agr.Eng. Ümran KOCAMAN[1] **Agr.Eng. Kerim DOĞAN[1]**

[1]Selcuk University Agricultural Faculty, the Department of Agricultural Economics

Abstract : The study was carried out in the villages of İnli and Dinlendik, which are in the province of Cumra in Konya where the land consolidation had been done. In this study, the effects of land consolidation on rural development were analyzed. 31 agricultural enterprises were determined as a sample and data were obtained by questionnaire method.

There are various reasons for the land fragmentation in the study area. The most important reason is found to be through inheritance by 72%. After land consolidation, much change was not observed in the product pattern. However, the cultivation areas of plants which required high water have been rapidly increased. The plants that the farmers most cultivated were observed, and tendency towards corn and clover took attention. According to the results of study, when the effects of land consolidation are examined it was determined that the number of parts, the use of tools, transportation cost, production cost, social unrest and employment decreased. In addition, it was determined that land value and income, productivity, irrigation and time saving increased. While the average number of plots before the land consolidation was 5,27 , the number of the average plots after consolidation decreased to 2,23. Before the consolidation, 80,73% of the enterprises land had high and medium yield, and this ratio increased to 99,41% after consolidation. Along with the land consolidation, there was not much change in the distance of the land from settlements. According to the result of the research, while the average land value before consolidation was 1308,30 TL, but it increased by five time more after the consolidation as 6783,90 TL. It was reached that the factors such as clearing of land from foreign materials that prevent soil treatment, providing irrigable land, development of road network leading to the lands were effective on value increase. It has been determined that land consolidation is an important step for the development of the agricultural sector and sustainable rural development in our country, and it has become necessary to be realized in the whole country rapidly.

Keywords: Land Consolidation, Rural Development, Konya

1. INTRODUCTION

All the great civilizations that have taken place in history have developed based on the land. Turkey's lands have played a major role in the development of these civilizations and have fed them. Turkey which is rich in terms of soil opportunities, experiencing four seasons signally, have still the same great mission and maintain the status of agricultural country. Although the share of agriculture proportionately declined in Turkey's economy as well, carrying the quality of strategic products and supplying raw materials for industry is an evidence about never losing its importance. The welfare levels of farmers who provide the sustainability of this important sector are directly linked to the agricultural development. In this context, rural development is a policy element that needs to be worked sensitively.

Rural development is defined as increasing the accessibility to human life conditions, supporting the change demands based on development, discovering the self-power of the individuals, providing justice in the distribution of income, increasing their income, increasing the access to education and health services for the people living in the rural areas, using natural resources by protecting and a reflection process of wealth to the life of the people in rural areas (Coşkun, 2008).

The social, economic, cultural, administrative and spatial changes carried out in the restricting process in the world are causing changes also in rural areas. A new structuring process started about rural development policies with effect of these changes. Moreover, increasing poverty and deprivation in rural areas has led to increase the development difference between rural and urban, to exhaust rapidly the natural resources and to change the rural policy (Yenigül, 2017).

Rural development has always remained on the agenda from the founding of the Republic in Turkey to today, and has supported strategically with development policies. Although the aim of increasing the welfare level is supported by developed factors eventually, it is accepted that the most important affect is to increase the income that is to increase production. Therefore, the optimal use of the limited land attended in the production has great affect for rural development. In this context, the increase in productivity in agriculture

affects an increase in income and the increase in income effects directly the development. It is very important to use agricultural land effectively in order to increase the productivity in agricultural lands.

Agricultural production is carried out in 31.1% of Turkey's lands. However, considering today's conditions, it is the fact that these production areas are not used effectively. High input costs, falling behind in technological advances, inadequate education and practices of farmers are seen as the major problems. However, the most important problem is the fragmented and scattered agricultural lands even if these problems are resolved. This structure increases the production costs, makes difficult to the application of modern techniques and the construction of transportation network, reduces the farmer's income and affects negatively the agricultural competition and consumer prices. All problems and solutions directly or indirectly need improvement of the land structure. Under these conditions, the land consolidation is an undeniable necessity.

2. MATERIAL and METHOD

2.1. Material

The material used in the research constitutes of the information obtained via the questionnaire from the agricultural enterprises taken as sample. The questionnaire survey was conducted face to face with the farmers by the researchers. The survey data involves in the production process from the beginning of the land consolidation activities (2010) to October 2017 when the study was carried out in order to consider the effects of land consolidation.

2.2. Method

While the research area was determined, it was taken into consideration that passing a certain time since the consolidation activities and seen the impacts of it in this time. For this reason, Inli and Dinlendik Neighborhoods, which are located in Çumra district of Konya and completed the consolidation activities between the years 2010-2012, were selected as the study area. The data of Konya Agriculture and Forestry Directorate were used for determining of the farmers to be surveyed.

The stratified sampling method was used to increase the accuracy of the findings to be obtained from the enterprises and to ensure that population are adequately represented by collecting the different sized enterprises in homogeneous groups (Güneş and Arıkan, 1985). The following formula was used when applying the stratified sampling method to calculate sample village and enterprise number (Yamane, 1967).

$$n = \frac{(\sum N_h . S_h)^2}{N^2 . D^2 + \sum N_h . S_h^2}$$

n: Sample size	**N:** Population size	$\mathbf{N_h}$: Number of units in h^{th} group	$\mathbf{S_h}$: Standard deviation in h^{th} group
$\mathbf{S_h^2}$:Variance in h^{th} group	$\mathbf{D^2}$:d^2/z^2	**d**: The error allowed in population average	**z**:The value of permissible security in t distribution table

933 agricultural enterprises to be completed land consolidation in Konya-Çumra constitutes on the population of the research. The sample enterprises were found with Neyman Method with 10% error and 95% confidence limits by considering the land widths of the enterprises. As a result, it was determined that the enterprises surveyed was 31. The distribution of sample enterprises according to land width groups is given in Table 1.

Table 1. Distribution of Sample Enterprises by Land Width Groups

Land Width Groups (da)	Sample Number
1^{st}. Group (5-20 da)	3
2^{sd}. Group (21-60 da)	10
3^{th}. Group (61-150 da)	10
4^{th}. Group (151-500 da)	8
TOTAL	31

The data collected via questionnaire were analyzed by taking average of group and enterprises in order to determine situation of the enterprises before and after land consolidation and the effects of it on rural development.

3. DEFINITION AND PURPOSE OF LAND CONSOLIDATION

Land consolidation is defined as the process of integrating, aggregation of land pieces and rearrangement of enterprises by agglomerating pieces scattered, fragmented, deformed that so as to not allow for economic production or soil conservation and irrigation measures (Arslan, 2014). Today, a comprehensive land consolidation study aims at the following services and investments (HKMO, 2000):

a) Improvement of land patterns:

- Aggregation of lands with irregular shaped and multipartite
- Formation of land shapes that are appropriate in terms of agricultural enterprises which take into account the advanced level of technology and have suitable size.
- Connecting at least one side of lands to the road network and irrigation channels.

b) Improving the working and production conditions of the farmers:

- Improvement of physical and chemical properties of soils,
- Construction of irrigation and drying installation,
- Land construction (grading),
- Improvement of fertilizer use standards taken into account soil, environment and water characteristics,
- Improvement of economic usage condition of machines.

c) Improving the living conditions of farmers and other people living in rural areas:

- If any, the elimination of unhealthy environmental conditions (purification of sewage, factory smoke filtration etc.)
- Arranging the houses in suitable conditions for health, arranging the houses by reflecting the cultures of the villages and to encourage tourism,
- Construction of school, reading room, health facilities, social, religious and cultural facilities,
- Establishment of appropriate transport network between the lands and villages.

d) Raising the income levels for employees worked in rural area:

- Improving the market opportunities,
- Construction of storage, protection and safe keeping facilities,
- Improving the packaging techniques and construction of facilities,
- Providing service to other sectors,

e) Working in full capacity of agricultural labor:

- As a particular condition for Turkey, providing land for farmers with landless or little land, if any with government land,

f) Protection and improvement of natural environment:

- Improvement and promotion of natural resources

In Turkey, arrangements of land, providing of transportation network and improvement of irrigation system are mostly carried out within the scope of land consolidation activities . It is also important in terms of rural development.

3.1. Advantage of Land Consolidation

Land consolidation activities have a great importance in terms of delivering solutions the socio-economic of rural areas as well as agricultural activities. Therefore, land consolidation should not be regarded as an application only for agricultural activities. Besides, it is multi-perspective rural area planning that it will be improve the working conditions of the population living in rural areas and slow up the migration from rural to urban. Agricultural productivity increases and product variety is provided thanks to land consolidation. It is provided to benefit everyone equally from all physical facilities such as roads, irrigation and wasteway channel. It renews existing cadastral and if there is a property matter, it can be removed. Road and water problems among the farmers are prevented, because all the parcels are benefited directly from road and irrigation channels. It can create job opportunities that will provide to keep the young population in the rural areas. Also,

it ensures to prevent the invasion happened on pastures, private lands and public lands (Boyraz and Üstündağ, 2008).

3.2. The Challenges of Land Consolidation

The benefit mentioned in the previous section may be possible with assumption that the land consolidation process is applied in the most appropriate way. However, there are various problems in Turkey about land consolidation studies. These problems arise to be based on the legislations problems and the institutions or the owners problems.

It is seen that the most problems related legislation can be solved by changes in legislation. Therefore, a common legislation system should be used by the institutions and organizations carrying out the land consolidation projects (Boztoprak et al., 2016).

4. RESEARCH FINDINGS

4.1. Socio-economic Structure of the Enterprises Examined

In a study to be made in a society, coexisting of producers in the same reference group can increase the effectiveness of services. It is expected that individuals at the same age will show similar attitudes. It can be said that young producers are more open-minded than old producers, more interested in extension activities and have a dynamic structure (İldeniz, 2010).

Table 2. Age Groups

			Number	%	Rate of age groups to total population (%)
Age Groups	7-14	M	7	5.11	12.41
		F	10	7.30	
	15-49	M	58	42.34	64.96
		F	31	22.63	
	50-+	M	17	12.41	21.90
		F	13	9.49	
	Total	M	83	60.58	100
		F	54	39.42	
	M+F		137	100	100

When the age groups of the enterprises in the study area were examined, it was found that 64.96% was in the age range of 15-49 years. This rate has a positive effect on the region due to the reasons mentioned above.

Table 3. Education Status

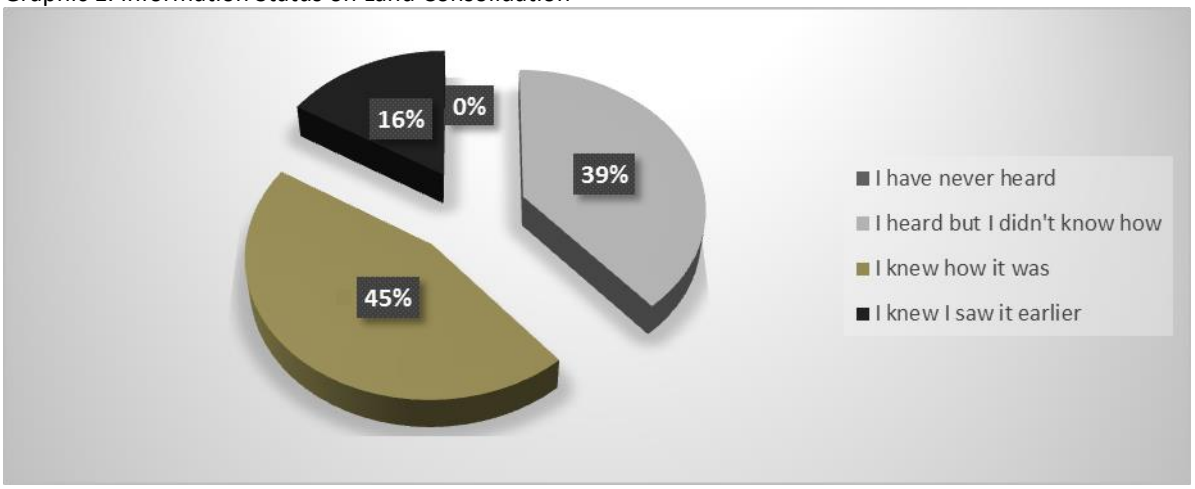
Education Status	Enterprises Groups								Total	
	1st Group		2nd Group		3th Group		4rd Group			
	Number	Rate	Number	Rate	Number	Rate	Number	Rate	Number	Rate
Primary school	1	8.33	10	18.18	8	14.81	6	19.35	25	16.45
Secondary school	3	25	6	10.91	8	14.81	6	19.35	23	15.13
High school	5	41.67	34	61.82	23	42.59	13	41.94	75	49.34
University	3	25	5	9.09	15	27.78	6	19.35	29	19.08
Total	12	100	55	100	54	100	31	100	152	100

The educational of population was observed in Inli and Dinlendik villages in Çumra. It was determined that high school graduate was the most within the population of the enterprises and it was observed that the most high school graduate was in second group with 61.82%. In addition, primary school and secondary school graduates were in fourth group at most. People who complete their education up to the university were in third group with 27.78% at most.

4.2. Knowledge Status of Owners of Enterprises in Research Area about Land Consolidation

The starting of land consolidation activities and applying of projects prepared depend on primarily the interests and approvals of land owners for these activities.

Graphic 1. Information Status on Land Consolidation



It was determined that 45% of the farmers had knowledge about land consolidation and knew how to apply it. It was understood that 39% of them heard the land consolidation but they did not know how the activity was carried out and 16% saw and knew it. There was not any farmer who did not know about land consolidation in the study area.

In a study carried out about the Thrace region in Tekirdag, it was stated that 90.6% of farmers were aware of the land consolidation to be carried out in their regions and 9.4% had not any knowledge about it (Bilgin, 2014).

4.3. Alteration Status after Land Consolidation in Study Area

The conditions before and during working should be taken into account when conducting the land consolidation activities. However, analysis of situation after land consolidation has great importance in terms of measuring the success of the study and affecting next studies positively.

According to the results obtained, the farmers indicated that parcel number with 100%, tool use with 96.77%, transportation costs with 90.32%, production costs with 87.1%, social anxiousness and employment with 48.39% decreased after land consolidation. In addition, it was determined to increase in production with 96.77%, in irrigation benefiting with 77.42%, in saving time with 83.87%, in productivity with 87.1%, in land value with 96.77% and in income with 90.32%. Before land consolidation, 80.73% of lands had high and medium productivity and this rate increased to 99.41% after land consolidation. On the other hand, it was not seen the change in land width, social amenities, agricultural support, marketing opportunities, land buying-saling and agricultural organizations.

Table 4. Effects of Land Consolidation

	Increased		Dicreased		Unchanged	
	%	Number	%	Number	%	Number
Parcel number	0	0	100	31	0	0
Land width	29,03	9	25,81	8	45,16	14
Production	96,77	30	0	0	3,23	1
Tool use	0	0	96,77	30	3,23	1
Benefit from irrigation	77,42	24	6,45	2	16,13	5
Transportation costs	0	0	90,32	28	9,68	3
Saving time	83,87	26	9,68	3	6,45	2
Productivity	87,1	27	3,23	1	9,68	3

Production costs	6,45	2	87,1	27	6,45	2
Social anxiousness	6,45	2	48,39	15	45,16	14
Social amenities	3,23	1	12,9	4	83,87	26
Land buying-saling	25,81	8	22,58	7	51,61	16
Land value	96,77	30	3,23	1	0	0
Income	90,32	28	0	0	9,68	3
Employment	29,03	9	48,39	15	22,58	7
Agricultural organizations	35,48	11	6,45	2	58,06	18
Agricultural support	6,45	2	6,45	2	83,87	26
Marketing opportunities	9,68	3	6,45	2	83,87	26

It was determined that there were various positive and negative effects of land consolidation in the enterprises examined. All of the farmers identified that irrigation possibilities, annual agricultural income and time after agricultural activities increased thanks to land consolidation. The farmers said that 67.74% of them said decrease water conflict, 87.10% of them said occur positive change in welfare level, 83.87% of them said shortening of transportation to land, 77.42% of them said develop the region and 93.55% of them said that land consolidation was applied fairly.

54.84% of the farmers were stated that they had problems in the land consolidation process and 25.81 of them emphasized that the problem source was the institution. 96.77% of them identified that there was not performed application about land grading and land reclamation in land consolidation process. Also, 74.19% of them said that there was not do environmental planning, and 54.84% of them expressedthat there was an application damaged the natural balance during the land consolidation.

According to the research findings in table 5, planting and productivity averages of corn, clover, wheat and sugar beet which are preferred to produce were compared in 2014, 2015 and 2016, when the land consolidation was completed.

The yield average for corn and sugar beet showed an increase year by year, on the contrary the yield of clover and wheat do not increase constantly. It is thought that increase of yield took place depend on increasing irrigable areas and reducing yield losses. In addition, according to information obtained from the farmers, it was determined that the engineers worked in land consolidation were effective indirectly about yield increase. It was observed that the cultivation areas in 1st and 4th groups did not show much change but wheat cultivation areas in 2nd and 3rd groups changed to corn and clover cultivation areas with increase of irrigable areas.

Table 5. Cultivation Area and Productivity after Land Consolidation

TOTAL	Yield (kg/da)	1532,14	1639,33	1703,53	1676,92	1661,54	1686,58	449,55	500,94	484,46	5440	6370	6816,67
	Planting (da)	2685,5	2526	2664	534	589	528	615,5	1061	790	208	152	418
4th group	Yield (kg/da)	1498,67	1617,33	1627,14	1566,67	1466,67	1533	460	474	481,33	0	0	8000
	Planting (da)	2254,5	2023	1882	275	275	275	230,5	617	488	0	0	250

			1st group		2nd group		3th group	
			Planting (da)	Yield (kg/da)	Planting (da)	Yield (kg/da)	Planting (da)	Yield (kg/da)
Corn		2014	37	1920	53	1825	341	1508,89
		2015	37	1840	78	1737,5	388	1635,56
		2016	37	1900	291	1804,444	454	1680
Clover		2014	18	1900	101	1720	140	1480
		2015	18	2000	126	1660	170	1733,33
		2016	18	1800	170	1650	170	1763,33
Wheat		2014	0	0	0	0	385	463,89
		2015	0	0	80	550	364	493,13
		2016	0	0	0	0	302	478,75
Sugar Beet		2014	0	0	50	2200	158	6220
		2015	0	0	0	0	152	6370
		2016	0	0	0	0	168	6580

One of the aims of rural development is to increase the rate of specialized agricultural enterprises which are for commercial instead of subsistence family enterprises. However, when struggle to achieve this aim, many small enterprises cannot adapt to competition conditions and give up agricultural activities. In order to reach the aim of rural development, these enterprise owners who tend to give up agricultural activity need to be employed where they are located.

Specialization accelerated with land consolidation in the study area and it was found that the majority of the enterprises in 4th group allocated more than 80% of the gross production value for corn growing with highest income in the region. This finding was one of the clearest indicators that land consolidation in the study area was positively influenced on rural development. However, it was determined that there was not any investment ensured to reach to specialized enterprises into an integrated structure and to provide employment for farmers who gave up production in the region.

4.4. Analysis of the Study Area before and after Land Consolidation

The increase of land fragmentation in an agricultural area, in other words the increase of the number of parcel in a unit, directly reduces the net area for farming. It was seen various reasons of land fragmentation in the study area, and the major reason was fragmentation via inherited with 72%. Land consolidation facilitated activities of enterprises by resolving fragmentation in agricultural enterprises. As a result, disadvantages of land fragmentation and distribution were overcame, and geometrical shape and size of land were suitable for

agriculture with machine, the parcels that increased production and work productivity turned out and satisfaction of farmers were positively affected (Bilgin, 2014).

Table 6. Land Fragmentation of the Enterprises in the Study Area

	BEFORE		AFTER	
	Average number of parcel	**Area (da)**	**Average number of parcel**	**Area (da)**
1st group	3	18,67	1	18,33
2nd group	4,4	51	1,4	48,1
3th group	6,8	118,4	3	112,1
4th group	6,88	391	3,63	390,63
General Average	5,27	144,77	2,33	142,29

In table 6, the fragmentation status of the enterprises lands before and after land consolidation were examined in the study area. When the general average was taken into account, it was determined that the average number of parcel before land consolidation was 5.27 and it decreased after land consolidation to 2.23.Reason of no more change in parcels area alongside a big change in parcels number was that almost all of the lands in the region were efficient.

Table 7. Land Variety of the Enterprises in the Study Area

	BEFORE		AFTER	
	Irrigated (%)	**Dried (%)**	**Irrigated (%)**	**Dried (%)**
1st group	88.89	11.11	100	-
2nd group	95.45	4.55	100	-
3th group	50	50	100	-
4th group	81.48	18.52	96.55	3.45
General Average	78.96	21.05	99.14	0.86

One of the main objectives of the land consolidation is to reach a water network to the full arable land. According to the findings obtained from the study area, the rate of irrigable land which was 78.96% was raised to 99.14% and so it was reached to this aim. The increase in irrigable land was expanded the cultivation areas of plants (corn, clover) supplied more income and had higher water demand.

Table 8. Land Value of the Enterprises in the Study Area (TL/da)

Land value (TL/da)	**Before**	**After**
1st group	816,67	8666,67
2nd group	764,34	7835,71
3th group	1733,09	5836,67
4th group	1919,09	4796,55
General Average	1308,30	6783,90

The average values per decare of land were compared before and after land consolidation in table 8. In study area, the average land value increased to 6783.90 TL/da after land consolidation when it was 1308.30 TL/da before land consolidation. Factors became effective such as removing foreign materials (stone etc.), removing trees prevented land cultivation, providing irrigation for lands and being improved road network on land increase.

According to the study conducted in Konya-Guneysınır-Alanözü district, it was determined that land values were between 500-1000 TL/da before land consolidation, and the values were over 2000 TL/da after land consolidation. This increase in land value can be explained with many factors such as the decrease in number of land parts, completing of land registry and cadastral works, providing of road and water transportation to each

parcel and increasing the product variety. The most important of these factors is determined as providing water transportation to the lands. The findings of this study show that land consolidation studies ensured an effect increased the land values (Karakayacı et al., 2016).

While the result of the increase of land value revealed in the both researches, the increase of land value in our study was higher than the study conducted in Alanözü district. Besides, in both studies, it was observed a decrease in buying-selling transactions after value increase.

5. CONCLUSION AND SUGGESTIONS

Today, there has been operating under a lot of potential in terms of land use in Turkey. Becoming strategic importance of food safety around the world day by day has revealed the necessity of carrying out consciously use of scarce resources. Therefore, it has required becoming the width and shape of parcels in which agricultural activities can be carried out efficiently by decreasing the average number of parcel per enterprise in Turkey. Agricultural advance supported by land consolidation will positively affect rural development targets which are a major importance for our country.

The study was carried out in order to determine the effect of the changes that took place in result of land consolidation conducted between 2010 and 2012 in Inli and Dinlendik villages in Konya-Çumra on rural development. Within the scope of the research, 31 enterprises were surveyed via questionnaire in two villages.

In this study, the socio-economics structures of the producers were examined separately. The rate of producers in the young group in the study area is high. This result has comprised a good potential for optimal use of the improved factors with land consolidation and has a positive impact on rural development.

In addition, it was determined that reason for the land consolidation in the study area was fragmentation of land by means of inheritance. The farmers have volunteered for land consolidation and initiated a signature campaign, considering the negative effects of fragmentation for them in the region. It is an indicator that consciousness level of them is high.

After land consolidation, the number of parcels, land width, production pattern, use of tools, utilization of irrigation, transportation costs, time saving, productivity, production costs, land value and income showed a positive development in connection with direct production. However, the factors that affected to production and farmers indirectly such as social amenities, employment, agricultural organization, agricultural support and marketing was not found positive effects. In addition, in land consolidation process, there was not constructed any structure affected rural industry or social life. Considering the broad aims of land consolidation, these factors that not improved will cause to remain inactive of resources of the region and not provide rural development adequately.

Another important finding in the research is the concept of specialized enterprises that emerged after land consolidation activities in the region. Especially, the enterprises that had large lands reserved their all or most of land for one product and they concentrated on that product. This situation is extremely important in terms of the agricultural sector and is a development that has an increasing effect for the productivity and competitive power. On the other hand, this improvement which ensured a significant contribution to the development of the big enterprises causes that the small family enterprises cannot become competitive and they give up production and migrate from rural to urban. In case of carrying out the land consolidation activities comprehensively, the studies for rural industry that created added value to the production of the specialized enterprises, will be able to both provide integrated production by effecting on the income enhancing and create employment for enterprises given up production. Providing employment to rural population in rural area will be gained an important momentum to our country in terms of rural development.

References

Arslan, S. 2014. Arazi Toplulaştırması, https://www.tkgm.gov.tr/.../arazi_toplulastirmasi-3083_ve_5403_sayili_kanunlar.pptx [Erişim: 17 Kasım 2017]

Bilgin, C., 2014. Trakya Bölgesindeki Uygulanan Arazi Toplulaştırmasının Çiftçiler Üzerindeki Etkinliğinin İrdelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Boyraz, Z., Üstündağ, Ö. 2008. Kırsal Alanlarda Arazi Toplulaştırma Çalışmalarının Önemi, e-Journal of New World Science Academy, 3(3) : 563-578.

Boztoprak T., Demir O., Çoruhlu Y.E., 2016. Arazi Toplulaştırması Uygulamalarında Mevzuattan Kaynaklı Sorunlar ve Çözüm Önerileri, Harita Teknolojileri Elektronik Dergisi, 8(1):75-86.

Coşkun, S., 2008. Türkiye'nin Kalkınma Sorunsalına Arazi Toplulaştırma Ölçeğinde Çözüm Önerileri, http:// www.adtk.yildiz.edu.tr/makaleler/scoskun_kalkinmaarazi.htm, Erişim:10.06.2017

Güneş,T ve Arıkan, R., 1985. Tarım Ekonomisi İstatistiği. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakülesi Yayınları .

HKMO, 2000. Türkiye'de Arazi Toplulaştırması, TMMOB Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası Ankara Şubesi, Arazi Toplulaştırması Komisyonu Raporu, Ankara.

İldeniz, E., 2015. Samsun İli Bafra İlçesi Sol Sahil Köylerinde Yapılan Arazi Toplulaştırmasına Zorunlu Ve İstemli Katılan Çiftçilerin Tutum Ve Davranışlarının Karşılaştırılması, Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, s.62.

Karakayacı, Z., Aydın, A., Gönül, C., Uğur, E., 2016. Arazi Toplulaştırmasının Arazi Değerine Etkisi; Konya İli Alanözü Kasabası Örneği, Mustafa Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 21(2):157-167.

TÜİK, 2017. Nüfus Verileri, http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist, Erişim:3.06.2017

Yamane, T., 1967. Statistic: An Introductory Analysis 2. Edition New York: Harper and Row.

Yenigül S., 2017. Kırsal Kalkınma Politikalarında Yeni Yaklaşımlar ve Bu Yaklaşımların Türkiye'nin Kırsal Kalkınma Politikalarına Etkisi, Planlama Dergisi, s.16

Nasreddin Hoca Fıkralarının Almancaya Çevirileri Üzerine Bir Değerlendirme

Dr. Öğr. Üyesi Aykut Haldan[1]

[1]Trakya Üniversitesi /Edebiyat Fakültesi, Mütercim Tercümanlık Bölümü, aykuthaldan@trakya.edu.tr

Özet: Bu çalışmada Celal Özcan tarafından hazırlanan "Nasreddin Hoca'dan En İyi Fıkralar" adlı eserin Rita Seuss tarafından Almancaya aktarılan "Die besten Geschichten von Nasreddin Hodscha" adlı çeviri kitabındaki fıkraların Almancaya çevirileri çeviribilimsel açından incelenmesi amaçlanmaktadır. Fıkralar, çok geniş bir coğrafî alan içinde, binlerce yıldan beri sözlü ve yazılı gelenekte yaşayan halk edebiyatı ürünleridir. Fıkralarda Türk halk kültürünün binlerce yıllık yolculuğunda toplum hayatındaki tüm gelişmelerini görebiliriz. Fıkralar hem bireysel hem de toplumsal anlamda Türk kültürünün önemli birer parçasıdır ve kültüre ait değerleri yansıtması bakımından da büyük önem taşımaktadır. Edebi eser çevirilerinin kültürlerin farklı değer yargılarına sahip olmaları nedeniyle daha zorlayıcı ve dikkat edilmesi gereken bir eylem olduğu bilinmektedir. Türk halk edebiyatının yapı taşlarından olan Nasreddin Hoca fıkraları amacına uygun biçimde çevrildiler mi? Kültür farklılıkları fıkraların Almancaya çevirilerinde etkili bir şekilde aktarılmış mı? Hedef kitle kaynak kültürü algılamada sorun yaşıyor mu? gibi sorulara çalışmada cevaplar aranacaktır.

Anahtar Kelimeler: Fıkra Çevirileri, Kültür Aktarımı, Çeviribilim, Nasreddin Hoca

1. GİRİŞ

Mizah, hayatın güldürücü yönünü ortaya çıkaran sanat türüdür. İnsanı gülmeye sevk eden resim, karikatür, konuşma ve yazı sanatıdır. Mizah eserleri sadece şaka, güldürme maksadıyla söylenerek, yazılıp çizildiği gibi belli fikirleri ifade etmek için de ortaya konulabilir (Aksan, 1996). Karikatür, hikaye, roman, komedi, nükte, fıkra, hiciv, taşlama gibi şekillerde karşımıza çıkan bu eserlerin en önemli özelliği espri adı verilen can alıcı noktanın eserin ayrıntıları arasında büyük bir yetenekle gizlenmesi, tam sırası gelince de beklenmedik bir anda söylenmesidir. En kaba şakadan en ince espriye kadar bütün mizah örnekleri, birbiri ile uyum içindeki olaylar arasındaki çelişkinin birdenbire ortaya çıkarılmasına dayanır (Türkmen, 2013). Mizah gelenek ve kuralların sorgulanmasında önemli bir rol oynar. Türkiye'de ilk mizah, dünyanın başka taraflarında olduğu gibi sözlü olarak başlamıştır. Sözlü Türk Mizahının en yaygın misali fıkralardır. Fıkralar, şahıslara ve bölgelere göre çeşitli isimler altında toplanır.



2. TÜRK FIKRALARI

Bunlardan bir kısmı Türklüğün zeka inceliğini, ince anlamlı, düşündürücü ve güldürücü gücünü ve hayat görüşünü en güzel yansıtan, Nasreddin Hoca fıkraları gibi, belli bir şahsa aittir veya o şahsa mal edilerek anlatılır

(Aydın, 2002: 25). Karadeniz, Doğu Anadolu, Rumeli, İstanbul insanlarına, Yahudilere, İskoçlara dair anlatılan birçok fıkra, bu bölgelerde yaşayan kişilerin mizaçlarını, olaylar karşısındaki tepkilerini, bazen da şivelerini abartılı bir tarzda işler. Ayrıca büyük şehir fıkraları, karı-koca fıkraları, halk bilmecelerinin bir kısmı, tekerlemeler, Karagöz, ortaoyunu, meddah konuşmaları Türklere mahsus mizah çeşitleridir.

2.1. Çalışmanın Amacı

Bu çalışmada Celal Özcan tarafından hazırlanan "Nasreddin Hoca'dan En İyi Fıkralar" adlı eserin Rita Seuss tarafından Almancaya aktarılan "Die besten Geschichten von Nasreddin Hodscha" adlı çeviri kitabındaki (Özcan, 2016) fıkraların Almancaya çevirileri çeviribilimsel açından incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada kitapta bulunan bütün fıkraların isimleri ve çevirileri verilecek, çözümlemeleri tek tek verilmeyecektir ancak çevirmenin kararlarına göre örnekler sınıflandırılarak açıklanacaktır.

Fıkralar, çok geniş bir coğrafî alan içinde, binlerce yıldan beri sözlü ve yazılı gelenekte yaşayan halk edebiyatı ürünleridir (Emeksiz, 2013). Fıkralarda Türk halk kültürünün binlerce yıllık yolculuğunda toplum hayatındaki tüm gelişmelerini görebiliriz. Fıkralar hem bireysel hem de toplumsal anlamda Türk kültürünün önemli birer parçasıdır ve kültüre ait değerleri yansıtması bakımından da büyük önem taşımaktadır (Bayraktar, 2012: 266).

Nasrettin Hoca sadece bir mizah ustası değil, aynı zamanda büyük bir filozof ve halk bilgesidir. Başta Türk ülkeleri olmak üzere Dünya'nın birçok ülkesinde tanınan Nasrettin Hoca, sosyal hayatta karşılaşılan içinden çıkılmaz güç işleri, aklı, bilgisi ve hazır cevaplılığıyla mizahî biçimde çözen, güldüren; ama güldürürken düşündüren keskin Türk zekâsının sembolüdür (Yıldırım,1999). Nasrettin Hoca'nın sosyal hayatla ilgili fıkraları zengin bir konu çeşitliliği gösterir (Köprülü, 2004: 19). Fıkralarının konuları toplum hayatının hemen hemen bütün alanlarını kapsamaktadır.

2.2. Yazın Çevirisi ve Kültür Aktarımı

Edebi eser çevirilerinin kültürlerin farklı değer yargılarına sahip olmaları nedeniyle daha zorlayıcı ve dikkat edilmesi gereken bir eylem olduğu bilinmektedir. Türk halk edebiyatının yapı taşlarından olan Nasreddin Hoca fıkraları amacına uygun biçimde çevrildiler mi? Kültür farklılıkları fıkraların Almancaya çevirilerinde etkili bir şekilde aktarılmış mı? Hedef kitle kaynak kültürü algılamada sorun yaşıyor mu? gibi sorulara çalışmada cevaplar aranacaktır.

3. KİTABI HAZIRLAYAN VE ÇEVİRMEN

Kitabı hazırlayan Celal Özcan Türkiye'de doğup büyümüş Almanya'da Basın- Yayın ve Siyaset eğitimi almış ve hala Berlin'de yaşıyor. Kitabın çevirmeni Rita Seuss İtalyanca, İngilizce ve Türkçeden çeviriler yapıyor ve Berlin'de yaşıyor. Kitapta toplam 130 Nasreddin Hoca fıkrası ve aynı sayfada çevirileri bulunmaktadır (Özcan, 2016).

3.1. Kitaptaki Fıkralar

Nasreddin Hoca'dan En İyi Fıkralar	Die Besten Geschichten von Nasreddin Hodscha
Bindiğin Dalı Kesme	Man sägt den Ast nicht ab, auf dem man sitzt
On Akçe Ver	Gib mir zehn Asper
Allah'ın Rahmeti	Der Segen Gottes
Tek Ayaklı Namaz	Gebet auf einem Bein

Balık Düştü	Der Fisch ist runtergefallen
İpe Un Sermek	Mehl an die Wäscheleine hängen
Yırtık Kefen	Das zerrissene Leichentuch
Allah Biliyor	Gott weiß es
Küçük Kıyamet Büyük Kıyamet	Kleiner Weltuntergang großer Weltuntergang
Acemi Bülbül	Der unerfahrene Nachtigall
Ye Kürküm Ye!	Greif zu mein Pelz, greif zu!
Şükürler Olsun!	Gott sei Dank!
Kazan Doğurdu	Der Kessel hat ein Junges bekommen
Mavi Boncuk	Die blaue Perle
Adam Olmanın Yolu	Wie man ein Mensch wird
Mum Işığıyla Yemek	Kochen mit einer Kerzenflamme
Ay Kuyuya Düşmüş	Der Mond ist in den Brunnen gefallen
Tavuğa Horoz Gerek	Eine Henne braucht einen Hahn
Kavuğun Marifeti	Die Fertigkeit des Turbans
Yemeğin Buğusu	Der Duft des Essens
İçinde Bulunmayın Yeter	Hauptsache nicht im Sarg
Dünyanın Dengesi	Das Gleichgewicht der Welt
Zaten İnecektim	Ich wollte sowieso absteigen
Timur'un Fili	Timur's Elefant
Kaybolan Eşek	Der verlorene Esel

Hırsızın Hiç mi Suçu Yok?	Hat denn der Dieb keine Schuld?
Kedi Nerde?	Wo ist die Katze?
Parayı Veren Düdüğü Çalar	Wer bezahlt, spielt die Flöte
Uykum Kaçtı	Mir ist der Schlaf abhandengekommen
Ağlayan Hoca	Der weinende Hodscha
Tarifi Bende	Das Rezept habe ich
Yarısı Ağlasın	Die eine Hälfte kann ruhig weinen
Ya Tutarsa	Und wenn es doch klappt?
Şakadan Hiç Hoşlanmam	Ich versteh keinen Spaß
Bir Tepsi Baklava	Ein Blech Baklava
Ben Bulunmadım	Nicht, wenn ich zu Hause war
Türkçe Osurmak	Furzen auf Türkisch
Hanımla Tartıştık	Ich habe mit meiner Frau diskutiert
En Doğrusu Bu	So ist es am Besten
Sen de Haklısın	Du hast auch Recht
Tavşanın Suyunun Suyu	Die Brühe der Hasenbrühe
Zaten Boşayacaktım	Ich wollte mich sowieso scheiden lassen
Kayıp Yüzük	Der verlorene Ring
Bize de Gelirdi	Sie wäre auch zu uns gekommen
Kıymeti Bilinsin	Man soll es zu schätzen wissen
Gözlük Getir	Hol mir meine Brille!

Cimri Komşu	Der geizige Nachbar
Ya Elmaları Alsaydım	Wenn ich Äpfel genommen hätte
Hoca, Karısı ve Hırsızlar	Der Hodscha, seine Frau und die Diebe
Deli Eşek	Der verrückte Esel
Altı Parmak	Sechs Finger
Fark Yok	Es macht keinen Unterschied
Hoca'nın Testisi	Der Krug des Hodscha
Hoca'nın Hindisi	Der Truthahn des Hodscha
Dünya Kaç Metre?	Wie groß ist die Welt?
Hangimizi Daha Çok Seviyorsun?	Wen von uns beiden liebst du mehr?
Ramazan	Der Ramadan
Sözümü Tutmaz	Er wird mir nicht zuhören
Fırtına Attı	Der Sturmwind hat mich hergeweht
Bilenler Bilmeyenlere Söylesin	Die Wissenden sollen es den Unwissenden sagen
Namaza Niye Gelmediniz?	Warum seid ihr nicht zum Gebet gekommen?
Bencil Kasap	Der egoistische Metzger
Mandalar Yesin	Sollen doch die Büffel fressen
Gül Fidanları	Die Rosenbüsche
Kavuk Yok	Ohne Turban
Hoca Bayıldı	Der Hodscha ist bewusstlos
Döverek Helva Yediriyorlar	Zum Helvaessen geprügelt

Cimri Subaşı	De geizige Beamte
Borcun Var mı?	Hast du Schulden?
Bayram Niye?	Warum feiern?
Çaylak	Der Milan
Geveze ile Hoca	Der Hodscha und der Schwaetzer
Akılsız Hırsız	Der Dumme Dieb
Nezleyim	Ich bin erkältet
Okuyan Eşek	Der Esel, der lesen kann
Yayla Çorbası	Yoghurtsuppe
Nerde Düşürdün?	Wo hast du ihn verloren?
Anadan Yeni Doğmuş Gibi	Wie neu geboren
Ördek Çorbası	Entensuppe
Üç Yüz Değnek	Dreihundert Stockschläge
Minare	Das Minarett
Yıldızları Sayın	Zählt die Sterne!
Her İşi Ters	Immer das Gegenteil
Kayıp Heybe	Die verlorene Satteltasche
Ne Tatlı Var Ne Börek	Weder Süßspeisen noch Börek
Deli Çeşme	Der verrückte Brunnen
Tembel Kaplumbağa	Die faule Schildkröte
Din ve Dünya İşi	Religiöse und weltliche Dinge

Turşuyu Kim Satıyor?	Wer verkauft das Essiggemüse?
Biraz da Biz Ölelim	Lass uns auch ein bisschen sterben
Bahşiş	Das Trinkgeld
Sen Nesin?	Wer bist du?
Bana Niye İnanmıyorsun?	Warum glaubst du mir nicht?
Üç Yıllık borç	Drei Jahre alte Schulden
Cami Önündeki Köpek	Der Hund vor der Moschee
Bana Görünme	Mich aber verschone!
Silah Yasağı	Das Waffenverbot
Cennete mi Cehenneme mi?	Paradies oder Hölle?
Balığın Kafası	Der Fischkopf
Peşin Para	Das bare Geld
Peştamalın Fiyatı	Der Preis für den Badeschurz
Ya Ben Olsaydım	Wenn ich dringesteckt hätte!
Çifte Horlama	Im Gleichtakt schnarchen
Dört Ayaklı Ördek	Vierbeinige Enten
Divitle Defter	Schreibfeder und Heft
Arpa mı Buğday mı?	Gerste oder Weizen
Eşek Öldü	Der Esel ist tot
Soğuk Çorba	Kalte Suppe
Kaftan	Der Kaftan

Eşek Sırtında	Auf dem Rücken des Esels
Hoca ve Karısı	Der Hodscha und seine Frau
Burun Ensede	Die Nase am Hinterkopf
Eşek Nereye Giderse	Wohin der Esel geht
Hırsız ve Hoca	Der Dieb und der Hodscha
Ağzı Torba Değil ki Büzesin	Der Mund ist kein Sack, den man zubinden könnte
Kabahatini Bilir	Er weiß, warum
Sözünün Eri	Ein Mann, der hält, was er verspricht
Tek Bacaklı Ördek	Die Ente mit einem Bein
Secdeye Varırsa	Wenn es sich erst niederwirft
Ben Hayattayken	Als ich noch am Leben war
Hoca'yı Bekliyorum	Ich warte auf den Hodscha
Süt Taşarsa	Wenn die Milch überläuft
Adını Bilmiyorum	Ich weiß nicht, wie sie heißt
Yanlışlık Çömlekte	Der Fehler liegt im Topf
Etli Pilav	Reisfleisch
Kuyruksuz Sıpa	Das Eselfohlen ohne Schwanz
Hanımla Sohbet	Ein Pläuschchen mit der Frau
Senin İçin Hava Hoş	Dir kann es egal sein
Yazısız Mektup	Der Brief ohne Inhalt
Kokuyu Ne Yapacaksın?	Was ist mit dem Gestank?

3.2. Çevirmen Kararları ve Çözümlemeler

Mehl an die Wäscheleine hängen*

Nasreddin Hodscha hat einen Nachbarn, der sehr auf seinen Vorteil bedacht ist und ständig etwas von ihm braucht. Eines Tages klopft der Nachbar wieder bei ihm und bittet um eine Wäscheleine. Doch der Hodscha möchte sie ihm nicht geben und sucht eine Ausrede: «Warte mal kurz, ich geh schnell rein und frag meine Frau.» Wenig später kommt er zurück und sagt: «Meine Frau hat Mehl an die Wäscheleine gehängt, wir brauchen sie selber.» Verwundert über diese Antwort, sagt der Nachbar: «Hodscha, lüg so, dass man es dir glauben kann. Man hängt doch kein Mehl an eine Wäscheleine. » Darauf der Hodscha lächelnd: «Wenn man sie nicht hergeben will, schon.» (Özcan, 2016: 13).

* Die türkische Redewendung bedeutet «eine Ausrede suchen», «Ausflüchte machen».

İpe Un Sermek

Nasreddin Hoca'nın bencil bir komşusu vardır, devamlı Hoca'dan bir şeyler ister. Komşusu bir gün yine kapıyı çalar ve ip ister. İpi vermeye istekli olmayan Hoca bir bahane uydurur: «Sen kapıda dur, ben içeri girip karıma sorayım» der. Biraz sonra geri dönen Hoca: «Benim hatun ipe un sermiş. İp boş değil» der. Bu cevaba şaşıran komşusu: «Hoca, öyle bir yalan söyle ki, herkes inansın. Hiç ipe un serilir mi» diye sorar. Hoca gülümseyerek: «Vermek istemeyince, serilir» der (2016: 12).

Deyimin Anlamı: 1. Gevşemek, bahane uydurup işten kaçınmak 2. İstenilen işi yapmamak için birtakım bahaneler, sebepler ileri sürmek, güçlük çıkarmak, engeller göstermek.

Ausrede suchen: 1. Vorwand; nur vorgegebener, als Ausrede benutzter Grund; Ausflucht 2. Entschuldigung; Begründung, Rechtfertigung für einen Fehler 1b. [schriftliche] Mitteilung darüber, nicht anwesend 2a. Nachsicht, Verständnis für jemandes Fehler.

Gott weiss es

Einmal ist Nasreddin Hodscha bei einem Bekannten zu Gast. Der Mann ist ein Geizkragen und bietet dem Hodscha nur trockenes Brot und einen Teller Honig an. Das Brot ist so hart, dass der Hodscha es nicht beißen kann, und so fängt er an, den Honig mit dem Löffel zu essen. Als der geizige Gastgeber das sieht, reißt er die Augen auf. «Wenn du den Honig mit dem Löffel isst, wird er dir nicht gut bekommen», warnt er. Wortlos löffelt der Hodscha den Teller Honig aus, dann sagt er: «Gott weiß, wem er nicht gut bekommt.» (2016: 15).

gut bekommen {v} [jemandem guttun] iyi gelmek, yaramak; birinden, bir şeyden). Sıdkı sıyrılmak: 1) birine karşı duyulan güven ve inancı yitirmek, 2) birinden veya bir şeyden soğumak; 3) birinden veya bir şeyden bıkmak. Gözleri evinden dışarı fırlamak; Gözlerini pek fazla açarak kızgınlığını belli etmek; Die Augen aufreißen: 1. öffnen; 2. schnell, ruckartig öffnen; 3. Aufbrechen; staunen: 1a. mit großer Verwunderung wahrnehmen; 1b. über etwas sehr verwundert sein; 2. sich beeindruckt zeigen und Bewunderung; wundern: 1. ganz anders als gewohnt oder …2. über jemanden, etwas verwundert, erstaunt 3 jemandes Neugier erregen

Allah Biliyor

Nasreddin Hoca bir gün bir tanıdığına misafir olur. Adam cimri biridir ve Hoca'ya kuru ekmek ve bir tabak bal ikram eder. Hoca kuru ekmeği dişi kesmeyince, başlar balı kaşıkla içmeye. Cimri ev sahibi bunu görünce, gözleri dışarı fırlar: «Balı kaşıkla içersen, insanın içini sıyırır» der. Hoca hiç sesini çıkarmadan balı bitirinceye kadar kaşıklamaya devam eder ve «Allah biliyor kimin içinin sıyrıldığını» cevabını verir (2016: 14).

Die unerfahrene Nachtigall

Als der Hodscha die gelben, saftigen Birnen im Garten seines Nachbarn sieht, läuft ihm das Wasser im Mund zusammen. Er kann einfach nicht widerstehen. Er geht hinein, klettert auf den Baum und lässt sich die Birnen schmecken. Da taucht der Besitzer des Gartens auf. Eine peinliche Situation für den Hodscha. Er weiß sich keinen Rat und versucht, wie eine Nachtigall zu singen. «He, Hodscha», ruft der Gartenbesitzer, «was machst du denn da oben? » Der Hodscha kann natürlich nicht zugeben, dass er gestohlen hat. «Ich bin eine Nachtigall»,

sagt er und versucht, mit krächzender Stimme weiter wie eine Nachtigall zu singen. «Das soll eine Nachtigall sein? », fragt der Gartenbesitzer. «Es ist eine Anfängerin», erwidert der Hodscha (2016: 17).

jemandem läuft das Wasser im Mund / Munde zusammen: jemand bekommt großen Appetit

Acemi Bülbül

Hoca, komşusunun bahçesinde sallanan sarı, sulu armutları görünce, ağzı sulanır. Dayanamayıp bahçeye girer, ağaca tırmanıp armutları yemeye başlar. Tam bu sırada bahçe sahibi gelmez mi. Zor durumda kalan Hoca, şaşkınlık içinde başlar bülbül gibi ötmeye. Bahçenin sahibi: «Hey Hoca, ne yapıyorsun sen yukarda» diye seslenir. Hoca hırsızlık yaptığını söyleyemez ya. «Ben bülbülüm» deyip cırlak sesiyle bülbül gibi ötmeye devam eder. Bahçe sahibi: «Bülbül hiç böyle öter mi» der. Hoca: «Bu acemi bülbül» der (2016: 16).

Krächzender: gaklayan, boğuk sesle söylemek; Cırlak sesle cevap vermek: in schrillem Ton antworten

Greif zu, mein Pelz, greif zu!

Ein Nachbar gibt ein festliches Essen, zu dem auch der Hodscha eingeladen ist. Der Hodscha ist nicht besonders elegant gekleidet. Eine große Festgesellschaft hat sich versammelt, aber niemand beachtet ihn. Das ärgert ihn sehr, und er eilt nach Hause, um seinen Kaftan mit dem Pelzkragen anzuziehen. Diesmal stehen alle auf, um ihn zu begrüßen, und er wird mit größter Ehrerbietung ans Kopfende der Tafel geleitet. Nachdem er dort Platz genommen hat, packt er seinen Pelzkragen und sagt: «Greif zu, mein Pelz, greif zu!» (2016: 19).

zugreifen {v} [bei Tisch] yemek almak, [die Gelegenheit ergreifen] fırsatı kaçırmamak, el uzatmak, elini uzatmak

Ye kürküm ye

Hoca'nın bir komşusu evinde ziyafet verir ve yemeğe Hoca'yı da davet eder. Hoca davete eski elbiseleriyle gider. Yemekte çok davetli vardır, ama Hoca'yla kimse ilgilenmez. Hoca bu duruma çok sinirlenir ve hemen eve koşup yakası kürklü kaftanını giyer gelir. Bu sefer herkes Hoca'yı ayakta karşılar ve «Ooh Hoca, hoş geldin. Buyur otur» diye başköşeye oturtur. Sofrada başköşeye kurulan Hoca, kaftanının yakasındaki kürkü gösterip: «Ye kürküm ye» der (2016: 18).

Und wenn es doch klappt?

Eines Tages begibt sich der Hodscha an den See von Akşehir, schöpft aus einem mitgebrachten Gefäß Joghurt in den See und rührt mit einem Löffel um. Die Bauern, die den Hodscha beobachten, fragen neugierig: "Was machst du denn da, Hodscha?" "Ich setze Joghurt an" erwidert er. "Mein Gott, Hodscha" sagen die Bauern, "hast du den Verstand verloren? Wie soll denn in einem See Joghurt entstehen?" Darauf der Hodscha: "Und wenn es doch klappt?" (2016: 47).

Ya Tutarsa?

Hoca bir gün Akşehir Gölüne gider ve yanında getirdiği çömlekten yoğurdu göle dökerek kaşıkla karıştırır. Hocayı gören köylüler merak edip sorarlar: "Hoca ne yapıyorsun öyle?" Hoca "Göle yoğurt çalıyorum" der. Köylüler: "Hoca Allah aşkına sen şaşırdın mı? Göl yoğurt tutar mı hiç" diye sorarlar. Hoca: "Ya tutarsa" der (2016: 46).

Mayalamak: ausgären, durchsäuern, säuern; ansetzen: eklemek, oturtmak, yerleştirmek; Yoğurt çalmak: Yoghurt herstellen; Den Verstand verlieren: aklını bozmak, aklını oynatmak, delirmek

4. SONUÇ

Fıkralar, çok geniş bir coğrafî alan içinde, binlerce yıldan beri sözlü gelenekte yaşayan halk edebiyatı ürünleridir. Fıkralarda Türk halk kültürünün binlerce yıllık yolculuğunda toplum hayatındaki tüm gelişmeleri görebiliriz. Fıkralar hem bireysel hem de toplumsal anlamda Türk kültürünün önemli birer parçasıdır ve kültüre ait

değerleri yansıtması bakımından da büyük önem taşımaktadır (Türkmen, 2008).” Türk halkı olaylar karşısındaki düşünce, tutum ve davranışlarını fıkralarla duyurmuştur.

Örneklerde de görüldüğü üzere çevirmen kültürel öğeleri aktarırken kitapta bazı yerlerde dipnotlarla açıklamalar yapmıştır (Der Asper: Akçe: Silbermünze des Osmanischen Reichs) (2016: 7). Bazı kavramlar birebir Almanca kalıp ifadelerle aktarılmıştır (jemandem läuft das Wasser im Mund: ağzı sulanmak) (2016: 16). Bazı kavramların karşılığı olmadığı için eylemi anlatan ifadeler seçilmiştir (Ich setze Joghurt an: Göle yoğurt çalıyorum.) (2016: 46). Çevirilerde Nasreddin Hoca Fıkralarının evrensel değerler üzerine olan fıkraları hedef dil ve kültürde de aynı etkiyi sağlayarak amacına ulaşmaktadır. Ancak kaynak kültüre ait olan ve hedef kültürde karşılığı olmayan kavramlar ve fıkralar çevirilerde eklemeler ya da açıklamalar yapılmadan anlaşılmamaktadır.

Nasrettin Hoca fıkralarında terbiye eden, ders veren, belirgin bir şekilde olgunlaştıran düşünsel bir öz vardır. Çok yönlü bir mizahî bakışın örneklerini veren Nasrettin Hoca fıkraları, düşündürücülükten öğreticiliğe kadar pek çok ciddi işlevi yerine getirmektedir. Nasreddin Hoca fıkralarının anlaşılabilmesi için hedef kitleye Türk kültürü ile ilgili bilgiler vermek anlaşılırlığı kolaylaştıracaktır. Fıkraların vermek istediği ana fikir fıkraların sonunda parantez içinde açıklamak verilmek istenen mesajın doğru alınmasını yardımcı olacaktır. (Cimrilik, kibir, kıvrak zeka, umudun yitirilmemesi, insanın dış görünüşüne önem verilmesi, istenilen işi yapmamak için bahaneler uydurmak)

KAYNAKÇA

Aydın, B. (2002). Mizah Yaratma Eyleminde Nasrettin Hoca. Millî Folklor, 55, 25-30.

Aksan, D. (1996). Türkçenin Sözvarlığı. Bilgi yayınları. Ankara.

Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü, tdk.gov.tr/index.php

Bayraktar, Z. (2012). Nasreddin Hoca ve Timur Konulu Fıkraların Gülmede Üstünlük Kuramı Açısından Değerlendirilmesi. Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi, 1/1, 265-274.

Emeksiz, A. (2013). “Nasreddin Hoca Fıkralarının Atasözleri ve Deyimlerle İlgisi”, Türk Halk Edebiyatı İncelemeleri (Saim Sakaoğlu Armağanı), (Ed. Metin Ergun), Türk Kültürünü Araştırma Enstitüsü, s. 325-340.

Köprülü, M. F. (2004). Nasrettin Hoca. Ankara: Akçağ Yayınları.

Özcan C. (2016) Nasreddin Hoca’dan En İyi Fıkralar: Die besten Geschichten von Nasreddin Hoca. München: Dtv Verlag.

Türkmen, S. (2008). “Türkçenin Söz Varlığında Nasreddin Hoca’nın Yeri”. Karadeniz Araştırmaları, Cilt: 5, Sayı: 17, Bahar 2008, s.153-159.

Türkmen, F. (2013). Seyyid Burhaneddin Çelebi- Nasreddin Hoca Lâtifeleri –Burhaniye Tercümesi-. İstanbul: Büyüyenay Yayınları.

Yıldırım, D. (1999). Türk Edebiyatında Bektaşi Fıkraları, Akçağ Yay., Ankara.

İllere göre Beklenen Okullaşma Yılı: 2017 Sonuçları

Prof. Dr. M. Ensar Yeşilyurt[1] **Doç. Dr. Filiz Yeşilyurt[2]** **Hasan Hüseyin Der[3]**

[1]Pamukkale Üniversitesi, İktisat, meyyurt@pau.edu.tr

[2] Pamukkale Üniversitesi, İktisat, afiliz@pau.edu.tr

[3] Pamukkale Üniversitesi, İktisat Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi, hashusder@gmail.com

Özet: Eğitim göstergeleri eğitimdeki niceliksel ve/veya niteliksel gelişmeleri göstermesi yanında tam olarak hangi değişkenin temsil ettiği açık olmayan alternatif beşerî sermaye göstergelerine ilişkin de bilgi sağlamaktadır. Bu kapsamda son yıllarda Ortalama Okullaşma Yılı (OOY) yanında sık olarak kullanılan bir diğer gösterge Beklenen Okullaşma Yılı'dır (BOY). Okullaşma Yılı ile ilgili Türkiye için yapılan çalışmalar sınırlıdır. Bunlar 1980 ve 1990'lı yıllar için Tansel ve Güngör (1997), Güngör (2010) ve Tansel ve Güngör (2013) il bazında OOY hesaplamaları yapmışlardır. Yeşilyurt vd. (2016), Özpınar ve Koyuncu (2016), Çağlar vd. (2017), Gülel vd. (2017), Koca ve İlgün (2017), Yeşilyurt ve Yeşilyurt (2017) ve Yeşilyurt ve Yeşilyurt (2018) ise son yıllar için il ve ilçe bazında OOY ve/veya BOY hesaplamışlar ve sonuçları tartışmışlardır. Bu çalışmada ise diğerlerinden farklı olarak ilk defa 2017 yılı sonuçları hesaplanmış, karşılaştırma ve değerlendirmeleri yapılmıştır. Bilindiği gibi BOY şu anda eğitim sistemi içerisinde olan başka bir deyişle eğitim alan öğrencilerin eğitim hayatı dışına çıktıklarında kaç yıl eğitim almış olacağını göstermektedir. Hesaplamalara göre 2017 yılında ilk beş sırada olan iller Rize, Amasya, Bartın, Trabzon ve Artvin'dir. Türkiye ortalamasının üzerinde 54 il vardır. Çağlar vd. (2007)'de verilen 2009 sonuçları ile bu çalışmada elde edilen 2017 sonuçları kullanılarak iki yıl arasındaki gelişme analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Beklenen okullaşma yılı, eğitim, beşerî sermaye

1. Giriş

Mevcut eğitim sistemi ve politikalarını temsil etmesi yanında gelecekte bireylerin hangi düzeyde ortalama eğitim almış olacağını gösteren Beklenen Okullaşma Yılı (BOY) en önemli eğitim göstergelerinden birisi haline gelmiştir. Ülkelerin çoğu için hesaplanabilir bir duruma geldiğinden dolayı uluslararası karşılaştırmalarda da yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Türkiye geneli için veriler Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP-United Nations Development Programme) tarafından açıklanan İnsani Gelişme Endeksi kapsamında diğer ülke ve ülke gruplarıyla karşılaştırılmaktadır. Bu genel değerlendirmeler yanında Türkiye'de iller için de BOY hesaplanmaya başlanmıştır. Bu çalışmaların hepsi son birkaç yılda yayınlanmış olup Yeşilyurt vd. (2016), Özpınar ve Koyuncu (2016), Çağlar vd. (2017), Gülel vd. (2017), Koca ve İlgün (2017), Yeşilyurt ve Yeşilyurt (2017) ve Yeşilyurt ve Yeşilyurt (2018) tarafından hazırlanmıştır. Öte yandan 1980 ve 1990'lı yıllar için Tansel ve Güngör (1997), Güngör (2010) ve Tansel ve Güngör (2013) il bazında Ortalama Okullaşma Yılı (OOY) hesaplamaları yapmışlardır. İller için BOY en son 2016 (2015-106 Eğitim-Öğretim Yılı) yılı için hesaplanmıştır. Bu çalışmada ise Ağustos 2018'de yayınlanan istatistiklere dayalı olarak 2017 (2016-2017 Eğitim-Öğretim Yılı) yılı ve iller için BOY hesaplanmıştır. Hesaplanan değerler illerdeki kantitatif eğitim göstergesi olarak geleceğe yönelik beşerî sermayenin yapısını ifade ederken aynı zamanda ilgili birimlerin çabaların etkinlik düzeyini belirlemede performans göstergesi olarakta kullanılabilir.

Çalışmanın bundan sonraki kısmında Veri Seti ve Yöntem tanıtılmış, elde edilen sonuçlar tartışılmış ve değerlendirmeler/öneriler sunulmuştur.

2. Veri Seti ve Yöntem

Bu çalışmada kullanılan veri setleri Millî Eğitim Bakanlığı tarafından yayınlanan Millî Eğitim İstatistikleri 2017-2018 kitabından elde edilmiştir. Hesaplama yapılabilmesi için ihtiyaç duyulan illere için okul tiplerine göre okullaşma oranı verileri tablolardan derlenmiştir.

BOY hesaplamasına ilişkin metodoloji için UNESCO-UIS (2016) ve Çağlar vd. (2017)'den yararlanılmıştır. Genel olarak eğitim hayatında olan bir çocuğun mevcut eğitim sürecinin devam edeceği (eğitim yılı ve eğitim sisteminin geçerli olacağı) varsayımı altında, alacağı eğitim süresini tanımlamaktadır (Çağlar vd. 2017).

Kullanılan verini özelliğine bağlı olarak Çağlar vd. (2017) ve Yeşilyurt vd. (2016)'da kullanılan formül kullanılmıştır:

BOY=$EYS = \sum_l \ n \ * ER_l$ (3)

$l = 1, \dots, 4\ (1 = Okulöncesi, 2 = İlkokul, 3 = Ortaokul\ , 4 = Ortaöğretim\ (Lise))$

Burada,

n; İlgili eğitim düzeyinin kaç yıl sürdüğünü (Okulöncesi için 1, İlkokul için 4, Ortaokul için 4, Ortaöğretim (lise) için 4 yıl olmak üzere) ve ER; İlgili eğitim düzeyindeki okullaşma oranını temsil etmektedir.

Bu formüle dayalı olarak her bir il için erkek - kadın kırılımı ve genel olarak BOY hesaplanmıştır. 2009 yılına ait değerler ise Çağlar vd. (2007)'dan alınmış ve bu iki yıl arasında karşılaştırma yapılmıştır.

3. Analiz Sonuçları

Her bir il için erkek - kadın kırılımı ve genel olarak elde edilen sonuçlar sırasıyla Tablo 1, Tablo 2 ve Tablo 3'te yer almaktadır. 2017 yılında Türkiye genelinde erkek nüfusa göre BOY 11.376 yıl olup 2009 yılındaki 10.184'e göre 1.192 yıl yükselmiştir. Bu değer 1 yıllık okul öncesi dönem ile birlikte teorik öğretim yılı olan 13'e çok uzak değildir. 2017 yılında erkek nüfusa göre BOY'un en yüksek olduğu iller sırasıyla 12.293 ile Rize, 12.186 ile Amasya, 12.154 ile Artvin, 12.132 ile Bilecik ve 12.079 ile Bolu'dur. Tablo 1'de 2017 yılındaki BOY ile 2009 yılındaki BOY arasındaki farkta yer almaktadır. Bu ilk beş il için farklar sırasıyla 1.272, 1.369, 1.169, 0.916 ve 0.667 yıldır. 2017-2009 sıra farklı ise bu illerdeki 2017 sırası ile 2009 sırası arasındaki farkı göstermektedir. Buna göre Rize 2009'a göre 5, Amasya 12, Artvin 5 sıra ilerlemişken Bilecik 2 ve Bolu ise 4 sıra gerilemiştir. Süre açısından en fazla arış 2.010 yıl ile Ardahan'da gerçekleşmiştir. Diğer iller için sonuçlar Tablo 1'den takip edilebilir. Bu grup içerisinde 28 ile Türkiye geneli için hesaplanan BOY değerinden daha düşük değerlere sahiptir.

Kadın nüfusa göre sonuçlar ise Tablo 2'de yer almaktadır. Türkiye geneli için 2009 yılında 10.060 olan BOY 2017 yılında 11.363'e yükselmiştir. Bu iki yıl arasındaki fark 1.303 olup erkek nüfus için hesaplanan yıldan daha yüksektir. Bu Türkiye genelinde kadın nüfusun BOY değerinin erkek nüfusun değerinden daha hızlı arttığını göstermektedir. 2017 yılında kadın nüfusun en yüksek BOY değerine sahip illeri sırasıyla 12.222 ile Rize, 12.158 ile Amasya, 12.147 ile Artvin, 12.114 ile Bolu ve 12.095 ile Kırıkkale'dir. Bilecik erkek nüfus kapsamında dördüncü sıradayken kadın nüfus kapsamında altıncı sıraya düşmüştür. Kırıkkale ise erkek nüfus kapsamında ilk beş içerisinde yer almazken kadın nüfus içerisinde beşinci sıradadır. İlk beş sırada yer alan iller için 2017 ve 2009 yılları için BOY değerleri arasındaki farklar sırasıyla 1.367, 1.462, 1.299, 0.942 ve 1.436'dır. BOY değerinin en fazla arttığı il 2.829 ile Mardin olup, her iki yıl arasında 24 sıra yükselmiştir. İlk beş sırada yer alan illerden Rize iki yıl arasında 7, Amasya 13, Artvin 6, Kırıkkale 14 sıra yükselmişken Bolu 3 sıra gerilemiştir. Bu grup içerisinde 27 ile Türkiye geneli için hesaplanan BOY değerinden daha düşük değerlere sahiptir.

Kadın erkek ayrımı gözetmeden genel olarak hesaplanmış sonuçlar ise Tablo 3'te yer almaktadır. Buna göre Türkiye için BOY 2009 yılında 9.930 iken 2017 yılında bu değer 11.349'a yükselmiştir. 2009'dan 2017'ye BOY 1.420 yıl artmıştır. Erkek ve kadın gruplarında olduğu gibi Rize genel sınıflandırma açısından 12.148 yıl ile birinci sırada yer almaktadır. Rize'yi 12.142 yıl ile Artvin, 12.128 yıl ile Amasya, 12.074 ile Trabzon ve 12.061 ile Bartın izlemiştir. 2009'dan 2017'ye Rize'deki artış 1.464 yıl, Artvin'deki artış 1.433, Amasya'daki artış 1.558, Trabzon'daki artış 1.543 ve Bartın'daki artış ise 1.839 yıldır. Bu illerden Artvin 2009'a göre 11, Artvin 9, Amasya 16, Trabzon 18 ve Bartın 31 sıra yükselmiştir. Bu grup içerisinde BOY değerini en fazla arttıran il Kars'tır (2.848 yıl). 26 ile Türkiye geneli için hesaplanan BOY değerinden daha düşük değerlere sahiptir.

Tablolardaki bütün sonuçlar birlikte değerlendirildiğinde Gümüşhane haricindeki bütün illerde her iki yıl arasında bir artış gözlenmiştir. Hesaplamalarda bir sorun olmadığı göz önüne alınırsa, Gümüşhane verileriyle veya verilerle bağlantılı bir konuda sorun olduğu değerlendirilmektedir.

4. Sonuç ve Değerlendirmeler

2017 yılı için hesaplanan ve ilk defa bu çalışmada sunulan Türkiye geneli ve illere göre BOY hesaplamaları cinsiyet kırılımlı ve genel olarak sunulmuştur. Doğal olarak 2009 yılında zaten yüksek BOY değerin sahip olan illerin bu değerleri çok fazla arttırmaları zordur. Özellikle 2009 yılında daha düşük BOY değerine sahip illerde daha yüksek artışlar gözlenmiştir. Öte yandan benzer koşullarda olan bazı illerin performansı diğerlerine göre

daha geride kalmıştır. Bunun nedenleri kurumsal, yapısal veya sosyo-ekonomik nedenlerden kaynaklanabilir. Bu durumdaki illerde bu nedenlerin doğru bir şekilde tespit edilerek, çözümüne odaklanmak kamu kaynaklarının daha etkin kullanılmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca son yıllarda BOY değerini daha hızlı arttıran veya daha yüksek seviyede olan illerin gelecekte daha yüksek kalitede insan kaynağına sahip olacağı da söylenebilir.

Kaynakça

Çağlar, A., Gülel, F.E., Yeşilyurt, M.E., Yeşilyurt, F. ve , Karadeniz, O. (2017). Türkiye'de İl, Yıl ve Cinsiyet Kırılımlı Ortalama ve Beklenen Okullaşma Yılı. Yönetim Bilimleri Dergisi, 15 (30), 619-641.

Gülel, F. E., Çağlar, A., Uyar, S. G. K., Karadeniz, O., ve Yeşilyurt, M. E. (2017). Türkiye'de İllere Göre İnsani Gelişme Endeksi. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (27), 208-216.

Güngör, N. D. (2010). Education, Human Capital Inequality and Economic Growth: Evidence from Turkey, Regional and Sectoral Economic Studies. 10 (2): 53-71

Koca, G. Ş. ve İlgün, G. (2017), Hizmet Bölgelerine Göre Türkiye'nin İnsani Gelişim Endeksinin Değerlendirilmesi, International Journal of Academic Value Studies, 3 (13): 255-265

MEB (2018). Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim 2016/2017, Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara

Özpınar, E., ve Koyuncu, E. (2016). "Türkiye'de İnsani Gelişmişlik İller Arasında Nasıl Farklılaşıyor? 81 İl İçin İnsani Gelişmişlik Endeksi", http://www.tepav.org.tr/tr/haberler/s/4074

Tansel, A. and Güngör, N. D. (1997), The Educational Attainment of Turkey's Labor Force: A Comparison Across Provinces and Over Time, METU Studies in Development, 24 (4): 531-547.

Tansel, A. and Güngör, N.D. (2013), Gender Effects of Education on Economic Development in Turkey, Journal of Economic Studies, 40 (6), 794-821.

UNESCO-UIS (2016). Online Education Glossary. http://www.uis.unesco.org/glossary/index. aspx?list=all&lang=en [11.02.2016]

Yeşilyurt, F. ve Yeşilyurt, M. E. (2018) İllere Göre Ortalama Okullaşma Yılı-2016 Sonuçları, IBANESS Konferans Serisi, Plovdiv / Bulgaristan, 21-22 Nisan 2018

Yeşilyurt, M. E., Karadeniz, O., Gülel, F. E., Çağlar, A., ve Kangallı Uyar, S. G. (2016). Türkiye'de İllere Göre Ortalama ve Beklenen Okullaşma Yılı, Pamukkale Avrasya Sosyoekonomik Çalışmalar Dergisi, 3 (1), 1–7.

Tablo 1 Beklenen Okullaşma Yılı (Erkek)

	2009 Sıra	2009	2017 Sıra	2017	2017-2009 Yıl Farkı	2017-2009 Sıra Farkı
Rize	6	11.021	1	12.293	1.272	-5
Amasya	14	10.816	2	12.186	1.369	-12
Artvin	8	10.985	3	12.154	1.169	-5
Bilecik	2	11.216	4	12.132	0.916	2
Bolu	1	11.412	5	12.079	0.667	4
Karabük	9	10.976	6	12.054	1.078	-3
Trabzon	23	10.670	7	12.017	1.348	-16
Ankara	10	10.951	8	11.968	1.017	-2
Kütahya	11	10.902	9	11.962	1.060	-2
Eskişehir	3	11.194	10	11.949	0.755	7
Isparta	18	10.756	11	11.933	1.177	-7
Kocaeli	12	10.890	12	11.931	1.040	0
Kırıkkale	13	10.834	13	11.929	1.095	0
Bartın	24	10.643	14	11.923	1.280	-10
Erzincan	5	11.036	15	11.901	0.866	10
Kastamonu	25	10.616	16	11.868	1.252	-9
Malatya	26	10.616	17	11.859	1.244	-9
Yalova	29	10.601	18	11.830	1.229	-11
Kırşehir	40	10.394	19	11.813	1.419	-21
Kırklareli	4	11.116	20	11.803	0.686	16
Zonguldak	19	10.750	21	11.802	1.052	2
Sinop	47	10.189	22	11.802	1.613	-25
Samsun	43	10.334	23	11.737	1.403	-20
Karaman	52	10.096	24	11.703	1.607	-28
Sakarya	21	10.703	25	11.698	0.995	4
Balıkesir	20	10.735	26	11.679	0.944	6

Denizli	39	10.402	27	11.673	1.271	-12
Sivas	48	10.189	28	11.671	1.483	-20
Düzce	22	10.694	29	11.662	0.968	7
Aydın	34	10.454	30	11.655	1.201	-4
Edirne	16	10.772	31	11.652	0.880	15
Burdur	33	10.456	32	11.649	1.192	-1
Elazığ	27	10.614	33	11.645	1.032	6
Bursa	17	10.761	34	11.637	0.875	17
Kayseri	28	10.611	35	11.637	1.026	7
Çanakkale	7	10.992	36	11.605	0.614	29
Nevşehir	55	10.036	37	11.600	1.564	-18
Muğla	35	10.436	38	11.599	1.163	3
Antalya	36	10.412	39	11.595	1.183	3
Tekirdağ	15	10.790	40	11.583	0.793	25
Mersin	32	10.462	41	11.582	1.120	9
Konya	50	10.113	42	11.574	1.461	-8
Manisa	44	10.321	43	11.569	1.248	-1
İzmir	30	10.592	44	11.554	0.961	14
Tunceli	53	10.058	45	11.552	1.494	-8
Uşak	41	10.380	46	11.545	1.164	5
Aksaray	64	9.652	47	11.523	1.872	-17
Ordu	51	10.105	48	11.520	1.415	-3
Çorum	54	10.041	49	11.507	1.466	-5
İstanbul	37	10.406	50	11.471	1.065	13
Hatay	49	10.120	51	11.465	1.346	2
Giresun	31	10.544	52	11.446	0.902	21
Ardahan	66	9.393	53	11.403	2.010	-13
Türkiye		**10.184**		**11.376**	**1.192**	
Afyonkarahisar	56	9.956	54	11.344	1.388	-2
Adıyaman	62	9.744	55	11.325	1.581	-7
Niğde	61	9.755	56	11.315	1.560	-5
Tokat	58	9.888	57	11.248	1.360	-1
Osmaniye	46	10.199	58	11.227	1.028	12
Kilis	63	9.653	59	11.176	1.523	-4
Gaziantep	59	9.842	60	11.082	1.240	1
Kahramanmaraş	60	9.764	61	11.074	1.310	1
Bingöl	71	9.157	62	11.040	1.883	-9
Çankırı	38	10.404	63	11.011	0.608	25
Batman	68	9.353	64	10.973	1.619	-4
Erzurum	65	9.514	65	10.969	1.455	0
Siirt	72	9.118	66	10.918	1.800	-6
Yozgat	70	9.198	67	10.870	1.672	-3
Iğdır	69	9.241	68	10.813	1.571	-1
Diyarbakır	67	9.370	69	10.796	1.426	2
Adana	45	10.236	70	10.749	0.513	25
Mardin	73	9.034	71	10.737	1.703	-2
Kars	74	8.954	72	10.676	1.722	-2
Bitlis	79	8.684	73	10.676	1.991	-6
Şanlıurfa	77	8.781	74	10.551	1.769	-3
Van	78	8.720	75	10.330	1.610	-3
Şırnak	76	8.787	76	10.285	1.498	0
Hakkari	75	8.883	77	10.105	1.222	2
Bayburt	42	10.371	78	10.031	-0.340	36
Muş	81	8.379	79	9.982	1.603	-2

Ağrı	80	8.583	80	9.922	1.339	0
Gümüşhane	57	9.939	81	7.577	-2.363	24

Tablo 2 Beklenen Okullaşma Yılı (Kadın)

	2009 Sıra	**2009**	**2017 Sıra**	**2017**	**2017-2009 Yıl Farkı**	**2017-2009 Sıra Farkı**
Rize	8	10.855	1	12.222	1.367	-7
Amasya	15	10.696	2	12.158	1.462	-13
Artvin	9	10.848	3	12.147	1.299	-6
Bolu	1	11.172	4	12.114	0.942	3
Kırıkkale	19	10.659	5	12.095	1.436	-14
Bilecik	2	11.170	6	12.089	0.919	4
Trabzon	20	10.601	7	12.045	1.443	-13
Karabük	6	10.895	8	12.036	1.141	2
Isparta	10	10.776	9	11.994	1.219	-1
Bartın	32	10.434	10	11.991	1.557	-22
Kütahya	23	10.559	11	11.977	1.418	-12
Kocaeli	12	10.758	12	11.953	1.195	0
Eskişehir	3	11.092	13	11.949	0.857	10
Malatya	33	10.420	14	11.823	1.404	-19
Sinop	50	10.036	15	11.817	1.781	-35
Zonguldak	22	10.581	16	11.813	1.232	-6
Karaman	48	10.075	17	11.807	1.732	-31
Erzincan	16	10.679	18	11.801	1.123	2
Ankara	5	10.987	19	11.799	0.812	14
Kastamonu	39	10.357	20	11.786	1.429	-19
Yalova	21	10.584	21	11.783	1.199	0
Kırklareli	4	11.036	22	11.777	0.741	18
Kırşehir	38	10.362	23	11.768	1.406	-15
Samsun	42	10.240	24	11.763	1.523	-18
Çorum	54	9.951	25	11.749	1.798	-29
Balıkesir	14	10.700	26	11.723	1.023	12
Denizli	31	10.441	27	11.704	1.263	-4
Burdur	27	10.496	28	11.702	1.206	1
Sakarya	28	10.492	29	11.697	1.205	1
Uşak	29	10.484	30	11.691	1.207	1
Kayseri	25	10.536	31	11.677	1.141	6
Aydın	30	10.463	32	11.661	1.199	2
Düzce	24	10.538	33	11.660	1.122	9
Edirne	11	10.770	34	11.658	0.888	23
Tekirdağ	13	10.732	35	11.657	0.925	22
Antalya	34	10.415	36	11.651	1.236	2
Muğla	26	10.502	37	11.644	1.141	11
Sivas	49	10.038	38	11.634	1.596	-11
Nevşehir	46	10.098	39	11.633	1.535	-7
Bursa	17	10.669	40	11.631	0.962	23
Çanakkale	7	10.887	41	11.615	0.728	34
Elazığ	40	10.328	42	11.606	1.278	2
Mersin	35	10.413	43	11.597	1.183	8
İzmir	18	10.664	44	11.590	0.926	26
Manisa	41	10.284	45	11.588	1.305	4
Tunceli	44	10.127	46	11.534	1.407	2
Ordu	53	9.969	47	11.518	1.549	-6
İstanbul	36	10.400	48	11.494	1.093	12
Mardin	73	8.644	49	11.472	2.829	-24

Ardahan	65	9.264	50	11.468	2.203	-15
Hatay	51	10.004	51	11.449	1.446	0
Konya	52	9.990	52	11.399	1.409	0
Aksaray	64	9.524	53	11.393	1.869	-11
Giresun	37	10.374	54	11.387	1.013	17
Türkiye		**10.060**		**11.363**	**1.303**	
Adıyaman	62	9.614	55	11.361	1.747	-7
Afyonkarahisar	56	9.776	56	11.352	1.576	0
Adana	43	10.136	57	11.325	1.189	14
Osmaniye	47	10.085	58	11.207	1.122	11
Tokat	58	9.703	59	11.176	1.473	1
Kilis	61	9.634	60	11.173	1.538	-1
Kahramanmaraş	63	9.562	61	11.094	1.532	-2
Gaziantep	59	9.670	62	11.085	1.415	3
Çankırı	45	10.107	63	11.061	0.954	18
Iğdır	67	9.094	64	11.006	1.912	-3
Niğde	60	9.662	65	10.984	1.321	5
Bingöl	72	8.773	66	10.933	2.161	-6
Erzurum	66	9.164	67	10.924	1.760	1
Batman	68	9.075	68	10.917	1.842	0
Yozgat	70	9.027	69	10.878	1.851	-1
Kars	71	8.834	70	10.708	1.875	-1
Diyarbakır	69	9.059	71	10.702	1.643	2
Siirt	74	8.636	72	10.652	2.015	-2
Bitlis	80	8.136	73	10.375	2.239	-7
Şanlıurfa	77	8.332	74	10.278	1.945	-3
Van	79	8.182	75	10.275	2.093	-4
Şırnak	76	8.386	76	10.177	1.791	0
Hakkari	75	8.538	77	10.042	1.504	2
Bayburt	55	9.922	78	9.959	0.037	23
Ağrı	78	8.284	79	9.870	1.586	1
Muş	81	7.958	80	9.814	1.856	-1
Gümüşhane	57	9.734	81	7.566	-2.168	24

Tablo 3 Beklenen Okullaşma Yılı (Genel)

	2009 Sıra	**2009**	**2017 Sıra**	**2017**	**2017-2009 Yıl Farkı**	**2017-2009 Sıra Farkı**
Rize	12	10.684	1	12.148	1.464	-11
Artvin	11	10.710	2	12.142	1.433	-9
Amasya	19	10.570	3	12.128	1.558	-16
Trabzon	22	10.531	4	12.074	1.543	-18
Bartın	36	10.222	5	12.061	1.839	-31
Isparta	7	10.797	6	12.060	1.263	-1
Bilecik	1	11.122	7	12.044	0.923	6
Karabük	6	10.811	8	12.025	1.214	2
Kütahya	38	10.206	9	11.994	1.789	-29
Kocaeli	15	10.618	10	11.976	1.358	-5
Eskişehir	3	10.984	11	11.951	0.967	8
Kayseri	26	10.459	12	11.927	1.468	-14
Karaman	44	10.051	13	11.912	1.861	-31
Bolu	5	10.914	14	11.880	0.967	9
Kırıkkale	25	10.471	15	11.859	1.389	-10
Uşak	16	10.594	16	11.846	1.252	0
Ankara	2	11.025	17	11.834	0.809	15
Zonguldak	28	10.410	18	11.833	1.422	-10

Sinop	50	9.878	19	11.832	1.954	-31
Samsun	42	10.143	20	11.790	1.647	-22
Malatya	37	10.218	21	11.787	1.569	-16
Balıkesir	14	10.664	22	11.769	1.105	8
Burdur	21	10.537	23	11.759	1.222	2
Kırklareli	4	10.949	24	11.751	0.801	20
Denizli	23	10.481	25	11.736	1.255	2
Yalova	20	10.566	26	11.733	1.167	6
Kırşehir	32	10.328	27	11.722	1.394	-5
Antalya	27	10.418	28	11.710	1.291	1
Kastamonu	43	10.087	29	11.701	1.614	-14
Erzincan	33	10.313	30	11.699	1.386	-3
Sakarya	34	10.272	31	11.696	1.424	-3
Muğla	18	10.572	32	11.693	1.120	14
Sivas	48	9.883	33	11.676	1.793	-15
Aydın	24	10.472	34	11.667	1.195	10
Nevşehir	41	10.161	35	11.666	1.505	-6
Edirne	9	10.768	36	11.663	0.895	27
Düzce	30	10.373	37	11.657	1.284	7
İzmir	10	10.739	38	11.630	0.890	28
Konya	51	9.864	39	11.626	1.762	-12
Bursa	17	10.573	40	11.625	1.052	23
Çanakkale	8	10.776	41	11.625	0.849	33
Mersin	31	10.362	42	11.612	1.250	11
Manisa	35	10.244	43	11.609	1.365	8
Çorum	52	9.858	44	11.592	1.734	-8
Tekirdağ	13	10.669	45	11.580	0.911	32
Elazığ	46	10.028	46	11.565	1.537	0
Kars	71	8.705	47	11.553	2.848	-24
Ardahan	65	9.127	48	11.540	2.413	-17
İstanbul	29	10.395	49	11.518	1.123	20
Tunceli	39	10.203	50	11.516	1.314	11
Niğde	57	9.570	51	11.464	1.894	-6
Ordu	53	9.829	52	11.437	1.608	-1
Hatay	49	9.882	53	11.433	1.551	4
Adıyaman	61	9.477	54	11.398	1.921	-7
Afyonkarahisar	56	9.589	55	11.361	1.772	-1
Türkiye		**9.930**		**11.349**	**1.420**	
Giresun	40	10.198	56	11.326	1.128	16
Adana	45	10.031	57	11.300	1.269	12
Osmaniye	47	9.966	58	11.270	1.305	11
Aksaray	63	9.392	59	11.259	1.867	-4
Iğdır	66	8.942	60	11.213	2.271	-6
Kahramanmaraş	64	9.349	61	11.114	1.765	-3
Çankırı	54	9.792	62	11.114	1.321	8
Tokat	59	9.509	63	11.100	1.590	4
Gaziantep	60	9.486	64	11.088	1.602	4
Yozgat	67	8.851	65	10.885	2.034	-2
Erzurum	68	8.797	66	10.875	2.078	-2
Batman	69	8.780	67	10.859	2.079	-2
Bingöl	72	8.380	68	10.821	2.442	-4
Diyarbakır	70	8.730	69	10.602	1.873	-1
Mardin	73	8.237	70	10.451	2.214	-3
Siirt	75	8.119	71	10.377	2.259	-4

Kilis	55	9.616	72	10.371	0.755	17
Van	79	7.611	73	10.217	2.606	-6
Şırnak	76	7.961	74	10.066	2.105	-2
Bitlis	80	7.551	75	10.057	2.506	-5
Şanlıurfa	78	7.860	76	9.992	2.132	-2
Hakkari	74	8.169	77	9.977	1.808	3
Bayburt	62	9.436	78	9.880	0.444	16
Ağrı	77	7.960	79	9.814	1.854	2
Muş	81	7.501	80	9.638	2.137	-1
Gümüşhane	58	9.524	81	7.512	-2.012	23

Reklamlardaki Cinsel Öğelerin Yoğunluğunun Markaya Yönelik Tutum ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: TV Reklamları Üzerinde Bir Araştırma

Assoc.Prof.Dr. Fatih KOÇ[1] Assoc.Prof.Dr. Ümit ALNIAÇIK[2] Lecturer Oktay ÇETİN[3]

[1]Kocaeli University, Kandıra School of Applied Sciences, fatihkoc2004@gmail.com

[2]Kocaeli University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, umit.alniacik@kocaeli.edu.tr

[3]Kocaeli University, Kandıra Vocational High School, oktaycetin@hotmail.com

Özet: Reklamlarda cinselliğin aşırı kullanılması bazı etik tartışmaları beraberinde getirmektedir. Bu durumun da tüketici algılamalarına olumsuz yansıyacağı öngörülmektedir. Yapılan bazı çalışmalarda, reklamlarda kabul edilebilir düzeyde cinsel öğeler kullanımının tüketiciler tarafından eğlendirici bulunduğu ve rahatsız edici olmadığı ifade edilmektedir. Ancak uygun dozun ne olduğu kültürden kültüre değişebilmektedir. Buradan hareketle, bu çalışmada, TV reklamlarında kullanılan cinselliğin yoğunluğunun tüketiciler tarafından nasıl algılandığı, markaya yönelik tutum ve satın alma niyetleri açısından ele alınmıştır. Bunun yanısıra, markaya yönelik tutumun satın ama niyetini nasıl etkilediği de ayrıca incelenmiştir.

Bu bağlamda, reklamlardaki cinsel öğelerin yoğunluğunun düşük, orta ve yüksek olmak üzere üç düzeyde ele alındığı bir gruplar arası deneysel tasarım hazırlanmıştır. Her düzey için, daha önce bir ön çalışma ile seçilen gerçek TV reklamları kullanılmıştır. Araştırmanın uygulama süreci, Kocaeli Üniversitesi öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara önceliklikli olarak demografik bilgileri sorulmuştur. Daha sonra, her bir deney grubundaki katılımcılara farklı düzeyde cinsellik öğesi içeren TV reklamlarından yalnızca biri rasgele gösterilmiştir. Reklamın gösteriminden sonra cevaplayıcılara, markaya yönelik tutum ve satın alma niyetini ölçmeye yönelik sorular yöneltilmiştir. Araştırma kapsamında 81 cevaplayıcı ile görüşülmüştür.

Reklamda kullanılan cinsel öğelerin yoğunluğuna göre markaya yönelik tutum ve satın alma niyetinin değişip değişmediğini belirlemek için, varyans analizi kullanılmıştır. Regresyon analizi ile markaya yönelik tutumun satın alma niyeti üzerindeki etkisi test edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, markaya yönelik tutum ve satın alma niyetinin reklamdaki cinselliğin yoğunluğuna göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Yüksek düzeyde cinsel öğelerin kullanıldığı reklamdaki markaya yönelik tutum ve satın alma niyetinin diğer düzeydeki reklamlara göre daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Markaya yönelik tutumun satın alma niyeti üzerinde pozitif etkisi olduğu belirlenmiştir. Bu bulgular tartışılarak bazı öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Markaya Yönelik Tutum, Satın Alma Niyeti, Cinsel Öğeler, TV Reklamları

Effects of the Intensity of Sexual Objects in Ads on Attitude towards The Brand and Purchase Intention: A Study on TV Ads

Abstract: Excessive usage of sex appeals in ads carries with some ethics problems. It is foreseen that this situation will be reflected negatively on consumer perceptions. In some studies, it is expressed that acceptable use of sexual objects in ads is entertaining and uncomfortable for consumers. However, what is suitable dose can vary from culture to culture. Thus, this study aims to address how intensity of sex appeals in TV is perceived by consumers in terms of attitude toward the brand and purchase intention. Beside, in this study, effect of attitude toward the brand on purchase intention has been examined.

In this concept, a experimental design which intensity of sexual objects in TV ads has been addressed at three levels as low, medium, and high has been prepared. Selected real TV ads with a preliminary study have been used for each level. The survey has been conducted on Kocaeli University's students. There are questions about the demographic characteristics of respondents in first part of the questionnaire. In second part of the questionnaire, only one of different levels TV ads associated with intensity of sex appeals has been watched to respondents at random. After the ads are displayed, at third step, questions about attitude toward the brand and purchase intention were asked to respondents. The survey was conducted with 81 students.

Variance analysis was used to determine whether attitude toward the brand and purchase intention differ according to intensity of sex appeals in the ads. In order to test the effect of attitude toward the brand on purchase intention was used regression analysis. Results of the analyses reveal that attitude toward the brand and purchase intention differs according to intensity of sexual appeals in TV ads. According to means of the variables, attitude toward the brand and purchase intention toward high intensity the ad of sex appeals is lower to other ads. The effect of attitude toward the brad on purchase intention has determined through regression analysis. Theoretical and managerial implications of the findings are discussed.

Keywords: Attitude toward the Brand, Purchase Intention, Sex Appeals, TV Ads

1. Giriş

Reklamlarda cinselliğin kullanımı ile ilgili yapılan araştırmalar cinsel çekicilik kullanımının dikkat çekme, marka ve reklam çağrışımı, duygusal tepki ve satışı sağlamak gibi amaçlarla tercih edildiğini ortaya koymaktadır (Şener ve Uztuğ, 2012). Reklamlarda cinsel öğelerin kullanılmasının çeşitli avantajlarının yanı sıra, artan bir şekilde, cinsel öğelerin kullanımına yönelik çeşitli eleştiriler getirilmektedir. Bu eleştirilerin temelinde kültürler arası farklılık önemli rol oynamaktadır. Farklı kültürlerdeki bireylerin cinselliğe farklı bakışlarından dolayı, cinselliğin kullanımına ilişkin olumsuz değerlendirmeler ortaya çıkmaktadır (Bakır, 2013). Buna ek olarak, reklamda kullanılan cinsel öğelerin (cinselliğin) miktarının artması (yoğun olarak kullanımı), reklamlara yönelik olumsuz tutumu da artırmaktadır.

Kotler, Boken ve Makens (1999), markaya yönelik tutumu, tüketicinin olumlu veya olumsuz değerlendirmesi, duyguları ve sahip olduğu davranış eğilimi şeklinde tanımlamıştır. Eğer bir tüketicinin markaya yönelik olumlu tutumu varsa, tüketici ilgili markayı satın alma yolunu tercih edecektir. Ancak bunun tersi durumunda, tüketici markayı satın alma eğilimine sahip olmayacaktır. Bu noktada, markanın reklamında aşırı cinsel öğelerin kullanılması, markaya yönelik tutumu olumsuz etkileyebilir. Buradan hareketle, reklamda cinsel öğelerin kullanım yoğunluğunun artmasının markaya yönelik tutum üzerindeki etkisinin incelenmesi önem arzetmektedir.

Bu çalışmada, TV reklamlarında kullanılan cinselliğin miktarının (yoğunluğunun) artması sonucu, reklamı yapılan markaya yönelik tutumun ve satın alma niyetinin nasıl etkileneceği incelenmiştir. TV reklamlarına yönelik böyle bir çalışmanın ele alınmamış olması bu çalışmanın özgün yanını ortaya koymaktadır.

2. Literatür

2.1. Reklam ve Cinsellik

Ürünler ile tüketici arasındaki ilişkiyi kuvvetlendirmek ve tüketiciyi ürüne yaklaştırmak için reklamların kullanımını anlatan tüketici aşk haritası modelinde tüketicilerin farklı şekillerdeki cinsellik davranışlarında cinsellik yaşama, aşk ilişkisi kurma, cinsellik hizmetlerinden yararlanma, ticari kanallar aracılığıyla cinsellik düşüncesi imaj oluşturarak satın alma ve ürün kullanımlarından bahsedilmektedir. Reklamlarda kullanılan cinsel çekicilikler; çıplaklık, cinsel davranış, fiziksel çekicilik, cinsel imalar, bilinçaltı cinsel öğeler olarak sınıflandırılabilir (Reichert, 2002: 244-248). Birçok türü olan cinsel çekicilikler çeşitli öğelerden oluşmaktadır. Genelde görsellik üzerine kurgulanan cinsel çekicilikler reklamda çekici mankenlerin kullanılması, çıplaklık seviyeleri ve müstehcenlik kullanılarak sergilenmektedir (Severn, Belch ve Belch; 1990: 14-17). Bu tarz cinsel içerik ve imgeler, tüketicinin cinselliğe olan ilgisini kışkırtmaya ve romantik duyguları körüklemeye yaramaktadır. Bu sayede tüketici reklamda sunulan ürüne ilgi duyabilmektedir.

Reklamlarda cinsel öğelerin kullanılmasının avantajlarının yanı sıra etik, ahlaki değerler ve toplumsal yapıya yönelik gelişen bakış açıları nedeniyle, cinselliğin kullanımı son zamanlarda ciddi şekilde eleştirilmektedir ve etik dışı bulunmaktadır (Sugiarto ve De Barnier, 2013). Bu durum ise, reklama ve markaya yönelik olumsuz tutumların gelişmesine etki etmektedir.

2.2. Markaya Yönelik Tutum

Tutum, bir bireye atfedilen ve onun bir obje ile ilgili düşünce, duygu ve davranışlarını düzenli bir biçimde oluşturan bir eğilimdir (Alnıaçık, 2012). Markaya yönelik tutum insanların markayla ilgili bütün izlenim ve tecrübelerine dayalı tepkileridir. Markaya yönelik tutum genellikle tüketicilerin davranışlarının temelini oluşturduğu için önemlidir(Erciş ve Yıldız, 2017). Reklam aracılığıyla tutum oluşturma, iletişim çabalarının ana hedefidir. Ayrıca, reklamı yapılan markaya yönelik olarak “olumlu marka tutumu” yaratmak, olumsuz bir tutum varsa bunun daha olumlu hale gelmesini sağlamak diğer amaçlardır (Öztürk ve Savaş, 2014).

2.3. Satın Alma Niyeti

Niyetlerin davranışa dönüşmesi beklenir (Fisbein ve Ajzen, 1975). Satın alma niyeti, tüketicinin uyaranlara karşı belirleyici tepkisini ortaya çıkaran ve doğrudan satın alma karar sürecinde yer almasa da satın alma kararından hemen önce meydana gelen aşamalarından birisidir (Tek, 1999’dan aktaran Söylemez ve Taşkın, 2015). Satın alma niyeti, “tüketicinin belirli bir zaman aralığında belirli bir markadan ya da üründen belirli bir miktarda satın

almayı planlaması ve belirli bir ürün veya hizmeti satın almak için tüketicinin niyeti" olarak tanımlanmıştır (Çetin ve Kumkale, 2016).

3. Araştırmanın Yöntemi ve Hipotezleri

Bu araştırmada cinsel içerik düzeyleri farklı olan üç adet TV reklamı kullanılmıştır. Bu reklamların seçiminde, birkaç aşamalı bir yöntem kullanılmıştır. Öncelikli olarak araştırmacılar tarafından düşük, orta ve yüksek düzeyde cinsel içerikli olduğu düşünülen 15 adet reklam seçilmiştir. Seçilen bu reklamlar iletişim, reklamcılık ve pazarlama alanlarında çalışan akademisyenlere gönderilmiştir. Akademisyenlerden seçilen reklamların hangilerinin düşük, orta veya yüksek cinsel içeriğe sahip olduğunun belirlenmesi istenmiştir. Yapılan puanlama sonucunda,

– Papia- Gözü Kapalı reklamı düşük cinsel içerikli,

– Doğuş- Soğuk Çay reklamı orta düzeyli ve

– Markafoni –Bazı Aşkların Yeri Ayrıdır reklamı ise yüksek cinsel içerikli reklam olarak belirlenmiştir.

Araştırma Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Meslek Yüksekokulu öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Bilgisayar ve sunum cihazının hazır olduğu bir sınıfta ayrı ayrı oturumlarda 81 öğrenci ile uygulama gerçekleştirilmiştir. Öğrencilere, öncelikle, bazı demografik faktörleri belirlemeye yönelik sorular sorulmuş ve daha sonra seçilen üç reklamdan sadece biri gösterilmiştir. Reklam izlendikten sonra, markaya yönelik tutum ve satın alma niyeti değişkenlerini ölçmeye yönelik sorular yöneltilmiştir. Bu noktada her öğrenciye sadece bir reklamın gösterilmesine özen gösterilmiştir. Bu nedenle uygulama sürecinde farklı oturumlar düzenlenmiştir.

Markaya yönelik tutum ve satın alma niyeti ölçekleri Özer (2011) çalışmasından alınmıştır. Tüm ölçekler 5'li likert şeklinde hazırlanmıştır (1- Kesinlikle Katılmıyorum…..5- Kesinlikle Katılıyorum). Araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir

– H1: Markaya yönelik tutum farklı cinsel içerikli reklamlara göre farklılık göstermektedir

– H2: Satın alma niyeti farklı cinsel içerikli reklamlara göre farklılık göstermektedir.

– H3: Markaya yönelik tutumun satın alma niyeti üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

4. Bulgular

4.1. Demografik Faktörler

Cevaplayıcılar öğrenci oldukları için bazı demografik faktörlere yer verilmemiştir. Katılımcıların %72,8'i kadın iken, %22,2'si erkektir. Araştırmaya katılan öğrencilerin aylık ortalama hane geliri ortalama olarak 2418,006 TL olarak belirlenmiştir.

4.2.Geçerlilik ve Güvenirlilik

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenirliliklerini belirlemek için açıklayıcı faktör analizi ve Cronbach's Alfa güvenirlilik katsayısı kullanılmıştır.

Tablo 1: Açıklayıcı Faktör analizi

Ölçekler	Faktörler		Güvenirlilik Katsayısı (α)	Açıklanan Varyans
	Markaya Yönelik Tutum	Satın Alma Niyeti		
Markaya Yönelik Tutum 7	,893		0,948	61,894
Markaya Yönelik Tutum 3	,872			
Markaya Yönelik Tutum 4	,869			
Markaya Yönelik Tutum 2	,857			
Markaya Yönelik Tutum 1	,816			
Markaya Yönelik Tutum 6	,811			

Markaya Yönelik Tutum 5	,773		
Satın Alma Niyeti 3	,893		
Satın Alma Niyeti 2	,843	0,850	15,371
Satın Alma Niyeti 1	,808		

Çıkarım Metodu: Principal Component Analysis.
Döndürme Metodu: Varimax with Kaiser Normalization
Açıklanan Toplam Varyans: 77,266

Öncelikli olarak elde edilen veriye faktör analizinin uygulanıp uygulanmayacağını değerlendirmek için KMO ve Barlett testi sonuçları incelenmiştir. KMO testi sonucu 0,897 ve Barlett testi anlamlılık sonucu 0,001 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuç, elde edilen verinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2016).

Tablo 1 incelendiğinde, ele alınan değişkenleri ölçmek için kullanılan ölçeklerin iki faktöre ayrıldığı belirlenmiştir. Bu faktörler, markaya yönelik tutum ve satın alma niyetidir. Ölçeklerin, literatüre uygun olarak, öngörüldüğü gibi bir faktör yapısına sahip olduğu görülmüştür. Tüm faktör yükleri 0,50'nin üzerindedir. Ayrıca açıklanan toplam varyans 77,266 olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar ölçeklerin geçerliliği için yeteri kadar bilgi sunmaktadır (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010).

Ölçeklerin güvenirlilik katsayıları incelendiğinde, tüm alfa değerlerinin 0,70'in üstünde olduğu ve güvenirlilik şartını sağladığı görülmüştür (Hair vd., 2010; İslamoğlu ve Alnıaçık, 2016).

4.3. Hipotezlerin Testi

Araştırmanın hipotezlerini test etmek için, iki farklı analiz kullanılmıştır. Araştırmada 3 farklı reklam kullanıldığı için, markaya yönelik tutum ve satın alma niyeti değişkenlerin reklama göre değişip değişmediğini belirlemek amacıyla varyans (ANOVA) analizi kullanılmıştır. Markaya yönelik tutumun satın alma niyeti üzerindeki etkisini ölçmek için ise basit regresyon analizi kullanılmıştır.

4.3.1. Anova Testi

Anova testini uygulamak için, normal dağılım ve gruplar arası varyansların homojenliği şartları aranmaktadır. Bu amaçla Levene testi yapılmış ve test sonuçları aşağıda sunulmuştur.

Tablo 2: Varyansların Homojenliği Testi

Değişkenler	Levene İstatistiği	df1	df2	Anlamlılık
MYT	0,901	2	78	0,410
SAN	0,339	2	78	0,713

Her iki değişkenin anlamlılık düzeyi incelendiğinde, değerlerin 0,05'in üzerinde olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum varyansların homejen dağıldığını göstermektedir. Bu aşamadan sonra, Anova analizi yapılmış ve analiz sonuçları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 3: Anova Analizi

Değişkenler	Gruplar	Grupların Ortalamaları	**ANOVA**	
			F	Anlam.
MYT	Düşük	4,129	12,230	0,001
	Orta	3,974		
	Yüksek	3,102		
SAN	Düşük	3,508	8,212	0,001
	Orta	3,419		
	Yüksek	2,540		

Anova analizi sonucunda, markaya yönelik tutum ve satın alma niyeti açısından gruplar arasında anlamlı farklılığın olduğu görülmektedir. Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu görmek için Post-Hoc testi yapılmıştır. Bu test için Tukey Testi tercih edilmiştir.

Tablo 4: Post-Hoc Testi

Tukey HSD			
Değişkenler		Gruplar	Anlamlılık
MYT	Düşük	2,00	,725
		3,00	**,000**
	Orta	1,00	,725
		3,00	**,000**
	Yüksek	**1,00**	**,000**
		2,00	**,000**
SAN	Düşük	2,00	,927
		3,00	**,002**
	Orta	1,00	,927
		3,00	**,001**
	Yüksek	**1,00**	**,002**
		2,00	**,001**

Tukey Testi incelendiğinde, markaya yönelik tutum ve satın alma niyeti açısından, cinselliğin en yoğun kullanıldığı düzey ile diğer düzeyler arasında farklılığın olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre, H1 ve H2 hipotezleri desteklenmiştir.

4.3.2. Etki analizleri

Markaya yönelik tutumun satın alma niyeti üzerindeki etkisi, basit doğrusal regresyon analizi ile test edilmiştir. Yapılan analiz sonuçları aşağıda sunulmuştur.

Tablo 5: Regresyon Analizi

Model	Standardize Edilmiş Beta	t	Anlamlılık	Modele İlişkin Değerler		
				R^2	F	P
MYT	0,502	5,160	0,001	0,252	26,627	0,001
Bağımlı değişken: SAN						

Regresyon analizi sonucunda, markaya yönelik tutumun satın alma niyetini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Eğer markaya yönelik tutum olumlu ise, satın alma niyeti de bu yönde etkilenmektedir. Tersi durumda ise, satın alma niyeti olumsuz etkilenmektedir. Bu sonuca göre, H3 hipotezi desteklenmiştir.

5. Sonuç ve Öneriler

Yapılan farklılık analizleri sonucunda düşük, orta ve yüksek düzeyde cinselliğin kullanıldığı reklamlara yönelik markaya yönelik tutum ve satın alma niyeti değişmektedir. Ortalamalar incelendiğinde ise, markaya yönelik tutumun düşük cinselliğin kullanıldığı reklamlarda en yüksek olduğu ve yüksek düzeyde cinselliğin kullanıldığı reklamlarda en düşük olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca göre, kullanılan cinsellik miktarı arttıkça, markaya yönelik tutum azalmaktadır. Bu sonuca rağmen, ortalamalar incelendiğinde, tüm ortalamaların 3'ün üzerinde olduğu görülmektedir. Bu durum ise, katılımcıların markaya yönelik tutumlarının azalma göstermesine rağmen orta düzeyin altına düşmediğini göstermektedir. Reklamın negatif etkisinin markaya yönelik tutuma çok yansımadığını görülmektedir. Ancak bu durum satın alma niyeti için geçerli değildir. Satın alma niyeti ortalamaları tutum ortalamalarının daha altındadır. Yüksek düzeyde cinselliğin kullanıldığı reklamlara yönelik satın alma niyeti orta nokta olan 3'ün altına düşmüştür.

Markaya yönelik tutum ile satın alma niyeti arasındaki ilişki incelendiğinde, tutumun satın alma niyetini pozitif etkilediği görülmüştür. Reklamlarda kullanılan cinsellik miktarı yoğunlaştıkça markaya yönelik tutum negatif yön kazanacaktır ve bunun sonucunda satın alma niyeti olumsuz etkilenecektir.

Bu araştırmada sadece markaya yönelik tutum ve satın alma niyetleri dikkate alınmıştır. Eğer reklama yönelik tutum değişkeni de ele alınsaydı, markaya yönelik tutum ve satın alma niyeti değişkenleri daha detaylı incelenebilirdi. Bu çalışma üniversite öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Öğrencilerin değerlendirmeleri ile daha yaşlı ve evli kişilerin değerlendirmeler farklı olacaktır. Burada elde edilen sonuç, farklı ana kitlelerle çalışıldığında (öğrenci dışı) daha net bir sonuç ortaya koyacaktır. Reklamlarda cinselliğin kullanımı yapılan bir çok çalışmayla pozitif sonuçları nedeniyle, desteklense de, tüketiciler üzerinde olumsuz etkileri olduğu bu çalışma sonucunda ortaya konmuştur. Özellikle kullanılan cinsellik miktarı olumsuz etkiyi daha da artırmaktadır.

Kaynakça

Alnıaçık, Ü. (2012). Satın Alma Tarzları Ve Sms Reklamlara Yönelik Tutumlar: Genç Tüketiciler Üzerinde Bir Araştırma, Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, Sayı: 09, 1-20

Bakır, U. (2013). Reklamda Cinsellik ve Tüketici: Bireysel Ahlaki İdeolojinin Reklamda Cinselliğin Kullanımına Yönelik Tutumların Etkisi, Erciyes İletişim Dergisi "akademia", 3(1), (32-48)

Çetin ve Kumkale (2017). Sosyal Medya Kullanım Düzeyi ve Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkide Faydacı Motivasyonun Aracı Etkisi, Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, 2(4),90-101

Erçis, A. ve Yıldız, T. (2017). Sosyal Medyanın Markaya Yönelik Tutum Ve Satın Alma Niyetine Etkileri, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 31(2), 243-256

Fishbein, M. ve Ajzen, I. (1975) Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research, Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Company

Hair, J., Black, W., Babin, B., ve Anderson, R. (2010). Multivariate data analysis (7th ed.): Prentice-Hall, Inc. Upper Saddle River, NJ, USA.

İslamoğlu, A. H. ve Alnıaçık, Ü. (2016). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Beta Yayınları

Kotler, P., Bowen, J. T. ve Makens, J. C. (1999). Marketing for Hospitality and Tourism, NJ: Prentice Hall

Öztürk ve Savaş (2014). Sosyal Amaca Yönelik Pazarlama Reklamlarının Markaya Yönelik Tutum ve Satın Alma Niyetine Etkisi: Anadolu Üniversitesi Öğretim Elemanlarına Yönelik Bir Uygulama, Journal of Yasar University,9(35), 6099-6260

Söylemez ve Taşkın, (2015). Tüketicilerin Küresel Marka Algısı Ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 45, 34-48

Sugiarto, C. ve De Barnier, V. (2013). Sexually Appealing Ads Effectiveness on Indonesian Customers, European Journal of Business and Management, 5(9), 122-135

Şener, G. ve Uztuğ, F. (2012). Reklamda Cinsel Çekiciliklerin İletişim Etkisi ile Ahlaki Değerlendirmesine Yönelik Tutum Araştırması, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 12(3), 153-168

Türkiye'de Voleybol Kulüplerinin Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Bir Araştırma

Gökçe Karabayırlı[1] **Doç. Dr. Fatih KOÇ[2]**

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Programı

[2]Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu, Dış Ticaret ve Avrupa Birliği Bölümü

Özet: Günümüzde değişen ve ağırlaşan rekabet koşullarında rakiplerinden geride kalmak istemeyen işletmeler faaliyet gösterdikleri sektör ne olursa olsun pazarlamanın yeni etkinlik alanlarından olan sanal ortamı ve sosyal medyayı bir pazarlama aracı olarak kullanmaktadır. Spor faaliyetlerine duyulan ilginin ve katılımın artmasıyla spora yapılan yatırımlar da artmıştır. Bunun yanı sıra, önemli bir ekonomik yapı haline gelen spor endüstrisinde de pazarlama yöntemleri hedef kitleye ulaşmak için tercih edilmektedir. Ancak, Türkiye'de ve dünyada çeşitli spor branşları daha çok ilgi görmekte ve yatırımların çoğunluğu bu branşlara kaymaktadır. Buna bağlı olarak ta, ilgili kulüpler daha fazla pazarlama faaliyetlerine odaklanmaktadır. Bu araştırmanın amacı, Türkiye'de futbolun biraz gerisinde kalmış olan voleybol branşında faaliyet gösteren kulüplerin sosyal medyayı pazarlama faaliyetlerini yürütmek amacıyla ne derece etkin kullandığını incelemektir. Bu amaca ulaşmak için, içerik analizi araştırmanın yöntemi olarak belirlenmiştir. Seçilen voleybol kulüplerinin Twitter üzerinden yaptığı paylaşımlar incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İçerik Analizi, Sosyal Medya, Spor Pazarlaması

A Study on Social Media Usage of Volleyball Clubs in Turkey

Abstract: Companies do not want to be behind their competitors in today's changing and heavily competitive conditions. Regardless of their sector, they must use the virtual environment of marketing and social media as a marketing tool. As a result of increasing the interest and participation in sports activities, investments in this area have also increased. In addition to this, marketing methods are preferred to reach the target group in the sports industry, which has become an important economic structure. However, some sports branches are attracting more attention and the majority of investments are being shifted to these branches. Accordingly, related sport clubs more focus on marketing activities. The purpose of this research is to examine how effectively the Volleyball clubs use social media marketing activities to the volleyball branch which has been partly in the shadow of football in Turkey. For this purpose, twitter shares of volleyball clubs have been examined through the use of content analysis.

Keywords: Content Analysis, Social Media, Sports Marketing

1.GİRİŞ

1960'lı yıllardan bugüne spor ve sporla ilişkili işletmelerin, spor ürünleri üreten firmaların, profesyonel ve amatör liglerin gelişmesi sporu endüstriyel bir alan haline getirmiş ve spor endüstrisinin büyümesine katkı sağlanmıştır. Spor endüstrisi, sporu merkezine alan oldukça geniş bir ürün yelpazesi ve tüketici kitlesini kapsamaktadır (Argan ve Katırcı, 2015:3). Buna bağlı olarak da spor endüstrisindeki gelişmeler, spor pazarlamasının hızla gelişmesini sağlamıştır. Günümüzde spor faaliyetlerinin maliyetlerindeki hızlı artış ve ekonomik koşulların giderek kötüleşmesi gibi sebepler spor kulübü yöneticilerini yeni kaynaklar aramak zorunda bırakmıştır. Bu koşullar spor pazarlaması kavramının önemini ülkemizde de konuşulur hale getirmiştir. Günümüzde spor organizasyonlarının yüksek maliyetleri spor kulüplerinin finansal destek almadan altından kalkamayacakları seviyelerdedir.

Sosyal medya, pazarlamanın yeni mecralarından birisidir ve literatüre de sosyal medya pazarlaması adıyla girmiştir (Köksal ve Özdemir, 2013:324). İşletmeler açısından değerlendirildiğinde kolay erişilebilir olması, çok geniş kitlelere hızla ulaşma imkânı verip maliyetlerinin geleneksel medya araçlarına göre oldukça düşük olması gibi sebeplerle sosyal medyanın spor pazarlaması amacıyla da kullanılması kaçınılmaz olacaktır. Günümüz koşullarında sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanabiliyor olmak işletmeye rekabet açısından ilerde ciddi avantajlar sağlayabilecekken; işletmenin sosyal medya faaliyetlerinde yetersiz kalması veya sosyal medyayı yanlış kullanılması, hedef tüketicinden uzaklaşmak, rekabette geride kalmak gibi sonuçlar doğurabilir.

Sosyal medya, toplumun her kesimine hitap eden spor endüstrisi için toplumun her kesimine ulaşmaya imkân sağlayan bir medya aracı olarak büyük bir önem taşımaktadır. Sosyal medyanın geleneksel medya araçlarından farklı olarak çift yönlü bir iletişime imkân vermesi, spor tüketicisinin beklentilerini anlamaya ve pazarlama çabalarını bu doğrultuda yönlendirmeye imkân verir.

Türkiye'de voleybol, futbola nazaran çok geniş bir kitle tarafından takip edilmemesine rağmen, profesyonel ve amatör liglerde etkinlik gösteren voleybol kulübü sayısı oldukça fazladır. Avrupa'da ve Dünya'da düzenlenen önemli turnuvalarda şampiyonluklar elde etmiş, adını tüm dünyaya duyurmuş başarılı voleybol kulüpleri mevcut olmasına rağmen, ülkemizde spor pazarlaması alanında yapılan çalışmalar futbol ve basketbol branşlarında yoğunlaşmış olup voleybol branşında yapılan herhangi bir çalışma bulunmamaktadır. Ayrıca, voleybol kulüpleri; organizasyonlarına taraftar çekmekte ve ciddi sponsorluk anlaşmaları yapmaktadırlar. Bu açıdan bakıldığında, voleybol da spor endüstrisinin önemli bir parçası haline gelmektedir. Buradan hareketle, voleybol kulüplerinin taraftar ve kamuoyuyla iletişim için kullandığı sosyal medya faaliyetlerinin incelenmesi önem taşımaktadır. Bu çalışmayla Türkiye'de faaliyet gösteren voleybol kulüplerinin sosyal medyayı bir pazarlama aracı olarak ne yoğunlukta kullandıkları ve takipçilerin bu mesajlara verdikleri tepkilerin sayısı ve şekli (retweet, beğenme, yorum) belirlenmeye çalışılmaktadır.

2.LİTERATÜR ÇALIŞMASI

2.1.Spor Pazarlaması ve Sosyal Medya Pazarlaması

Günümüzün hızlı ve yorucu yaşam koşullarında sporsuz bir hayat, sağlıksız hayat ile eşdeğer görülmektedir. Yaşam standartlarının yükselmesi ve boş zamanı değerlendirme tercihlerinin değişmesi, spor faaliyetlerine olan ilgiyi ve katılımı artırmıştır. Spor geniş kitleleri aynı anda bir araya getirebilen büyük bir güce sahip olduğundan, sosyal yaşam üzerinde güçlü bir etki oluşturmuştur (Altınbaş,2007:93). Sporun birleştirici gücü spor pazarlaması açısından da önemli bir kaynaktır. Spor pazarlaması, spor tüketicilerinin istek ve ihtiyaçlarını karşılamak için oluşturulan tüm faaliyetlerdir (Argan ve Katırcı, 2015:23). Sporda tüketiciler iki ana grup altında sınıflandırılmaktadır. Bunlar; spor yapmak amacıyla spor faaliyetlerine katılan kişiler ve sporu seyreden kişilerdir(Argan ve Katırcı,2015:109).

Spor pazarlaması, tüketici davranışına dayalıdır ve daha çok spor içeriğine, sporun müşteri değerini etkilemek için kuruluşların yeteneklerini nasıl arttırabileceğine odaklanmıştır. Birçok kuruluş, spor pazarlamasını rekabet avantajı sağlamak amacıyla kendisini konumlandırmak ve gelirini arttırmada bir araç olarak kullanmaktadır (Ratten, 2016:64). Spor pazarlaması iki ana konuyu kapsamaktadır. Bunlardan birincisi sporla ilgili ürün ve hizmetlerin doğrudan spor tüketicisinin ihtiyacını karşılamak üzere tüketicisine ulaştırılmasıdır. Diğeri ise sporla ilgisi olmayan ürünlerin spor vasıtasıyla yani sporun bir tanıtım aracı olarak kullanılmasıyla pazarlanmasıdır (Ekmekçi ve Ekmekçi, 2010:26). Bir işletmenin kar amacı gütmekten ziyade itibar kazanmak, toplumun onayını almak gibi amaçlarla sportif faaliyetlere destek (sponsor) vermesi de spor pazarlaması kapsamına girmektedir.

Sosyal medyanın sıklıkla kullanılmaya başlamasıyla birlikte işletmeler de sosyal medyayı pazarlama faaliyetlerinde kullanmaya başlamıştır. Sosyal medya pazarlaması, "işletmenin, işletmesini ve ürünlerini tanıtmak için sosyal medya kanallarını kullanması" olarak tanımlanabilir (Fırat, 2017:51).

Günümüzde sosyal medya; spor ile ilişkili firmalar, organizasyonlar, kulüpler ve profesyonel sporcular gibi spor sektörünün içinde doğrudan veya dolaylı olarak yer alan her kesim ile ilişkilidir. Bu kesimlerin her biri hem yürüttükleri faaliyetlerin hem iletişimini sağlamak hem de ilişkili oldukları tüm kesimler ile anlamlı ve değerli iletişim faaliyetlerinde bulunmak için sosyal medya mecrasını kullanmaktadır (Yüce, Katırcı ve Gökçe, 2017:550).

Sosyal medya sayesinde taraftarlar liglere daha çok ilgi duymakta ve sponsorlar ile birden fazla noktada bir araya gelebilmektedir. Taraftarlar spor kulüplerini sosyal medya üzerinden dört temel motivasyon nedeniyle takip etmektedirler. Bunlar eğlenme, zaman geçirme, bilgilenme ve taraftarlıktır. Buna bağlı olarak takımlar daha etkili içerikler ve paylaşımlar ile taraftarlar ile olan ilişkilerini geliştirebilirler (Akkaya ve Zerenler,2017:948).

3.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Voleybol branşında faaliyet gösteren kulüplerin sosyal medyayı pazarlama faaliyetlerini yürütmek amacıyla ne derece etkin kullandığını incelemek için araştırmada yöntem olarak, nitel bir araştırma yöntemi olan içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi, bir söylemi anlamada ve yorumlamada, öznel etkenlerden kurtulmayı sağlamak amacını taşımaktadır (Bilgin, 2014:1). İçerik analizi, sözel ve yazılı verilerin belirli bir amaç doğrultusunda sınıflandırılması, özetlenmesi, belirli değişken veya kavramların ölçülmesi ve anlam çıkarılması için çalışma yapılarak kategorilere ayrılmasıdır (Arık, 1992:119). Çalışmada, voleybol branşında faaliyet gösteren başarılı beş kulübün Twitter hesaplarında yapılan paylaşımlar Şubat 2017- Şubat 2018 tarih aralığını kapsayacak

şekilde incelenmiştir. Kulüplerin diğer sosyal medya hesaplarında yaptığı paylaşımların hepsini kapsaması nedeniyle incelenecek sosyal medya aracı olarak Twitter seçilmiştir. Yapılan paylaşımlar voleybol kulüplerinin sosyal medyayı ne gibi amaçlarla, hangi yoğunlukta kullandıklarını anlama amacıyla tanıtım, etkinlik, özel günler ve maç paylaşımları olarak dört farklı kategoriye ayırılarak incelenmiştir: 1.Spor kulüplerinin sponsor firmalarıyla ilgili attıkları tweetler, kulüp çalışmaları ve kulüpleriyle ilgili yaptıkları paylaşımlar, yapılan transfer anlaşmalarıyla ilgili içerikler de dahil olmak üzere ***tanıtım kategorisi*** altında incelenmiştir. 2.Kulüplerin çocuklar için düzenlediği turnuvalar, eğitim kurumlarında düzenlediği etkinlikler, imza günleri ve verilen röportajlar ile ilgili yapılan paylaşımlar ise ***etkinlik kategorisi*** altında incelenmiştir. 3.Toplumun genelini ilgilendiren gündemdeki meseleler, bayramlar ve diğer önemli günlerle ilgili yapılan paylaşımlar ***özel günler kategorisinde*** ele alınmıştır. 4.İlgili takımların yerel ve uluslararası liglerde katıldığı turnuva detaylarıyla ilgili paylaşımlar ise ***maç kategorisi*** altında değerlendirilmiştir. Kulüplerin Twitter'ı kullanmaya başladıkları günden bugüne edindikleri takipçi sayısı, toplam paylaşım sayısı gibi veriler de araştırmaya dahil edilmiştir. Halkbank Spor Kulübü ve Arkas Spor Kulübü; Türkiye Efeler Liginde sezonu ilk sıralarda kapatan ve Avrupa şampiyonlukları olan başarılı kulüplerdir. Ziraat Bankası Spor Kulübü de uzun yıllardır ligde mücadele veren istikrarlı başarı sergileyen bir kulüptür. Vakıfbank Spor Kulübü ve Eczacıbaşı Spor Kulübü, Türkiye'de voleybol denildiğinde ilk akla gelen takımlar olmakla birlikte Türkiye'de ve Avrupa'da ciddi başarıları mevcuttur. İncelenen spor kulüpleri arkasına büyük sponsorların desteğini almış, aynı lig seviyesinde başarılı takımlardan seçilmiştir. Bunların yanı sıra, hem kadın hem de erkek takımlara sahip kulüpler veya sadece birine sahip kulüpler araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Galatasaray Spor Kulübü, Fenerbahçe Spor Kulübü ve Beşiktaş Spor Kulübü'nün yaptığı paylaşımlar takipçi kitlesinin futbol branşından fazla etkilenmesi sebebiyle değerlendirilmemiştir. Şubat 2017- Şubat 2018 aralığında yapılan her bir paylaşımın aldığı yorum ve beğeni sayısı, retweet sayısı gibi veriler etkileşimi ölçmek amacıyla toplam olarak hesaplanmıştır.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bu araştırma, Türkiye'de faaliyette bulunan çeşitli voleybol takımlarının sosyal medyayı kullanım düzeylerini belirlemek amacını gütmektedir. Bu bölümde, öncelikli olarak, araştırma kapsamına dahil edilen voleybol kulüplerinin sosyal medya kullanımına yönelik genel bilgileri incelenmiştir. Daha sonra, kulüplerin sosyal medya hesaplarında yaptıkları paylaşımların genelini kapsaması nedeniyle sadece Twitter hesapları dikkate alınarak araştırma genişletilmiştir. İncelenecek kulüpler voleybol branşında lig sıralamasında üst sıralarda yer alan, başarılı kulüplerden seçilmiştir.

Tablo 1: Voleybol Kulüpleri ve Sosyal Medya Kullanımları ile İlgili Genel Bilgiler

Kulüpler	Voleybol Takımları		Twitter'ı kullanmaya başladıkları tarih	Toplam Tweet Sayısı	Takipçi Sayıları	Diğer Sosyal Medya Hesapları
	Kadın	Erkek				
Arkas SK.	Var	Var	10.2012	3792	2902	Instagram,Facebook
Halk Bank SK.	Var	Var	11.2010	1164	2233	Instagram,Facebook
Ziraat Bankası SK.	Yok	Var	07.2013	1997	6843	Instagram,Facebook
Vakıfbank SK.	Var	Yok	05.2012	5174	16100	Instagram,Facebook
Eczacıbaşı Vitra SK.	Var	Yok	07.2012	7530	14500	Instagram,Facebook

Tablo 1'de görüldüğü üzere incelenen voleybol kulüplerinin hepsi popüler sosyal medya araçlarının birçoğunu kullanmaktadır ve bunun yanı sıra Twitter'da aktif olarak paylaşım yapmaktadır. Genel olarak kulüpler, tüm sosyal medya ortamlarında aynı paylaşımları yapmaktadırlar. Fenerbahçe, Galatasaray ve Beşiktaş Spor Kulüpleri'nin Twitter'daki takipçi kitlesinin kulüplerin futbol branşındaki popülerliklerinden etkilenmesi nedeniyle detaylı incelemeye alınmamıştır.

Arkas ve Halk Bank Spor Kulüplerinin hem erkek, hem de kadın voleybol takımları vardır. Bunun yanı sıra, Ziraat Bankası'nın sadece erkek takımı varken; Vakıfbank ve Eczacıbaşı Vitra takımlarının sadece kadın takımları vardır.

Twitter'ı en eski kullanmaya başlayan kulüp Halk Bankası'dır. Buna rağmen, en az tweet atan (n=1164) ve en az takipçiye sahip kulüp te Halk Bankası'dır

Bundan sonraki bölümde, Arkas, Halk Bank, Vakıfbank, Ziraat Bankası ve Eczacıbaşı Vitra Voleybol Kulüplerinin Şubat 2017 ve Şubat 2018 tarihleri arasındaki twitter hesapları içerik analiziyle incelenmiş ve bulgular aşağıda tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 2: Arkas Spor Kulübünün Şubat 2017–Şubat 2018 Tarihleri Arasındaki Twitter Paylaşım Detayları ve Etkileşim Sayıları

Aylar	**Twitter Paylaşımları**				Toplam Paylaşım			
	Maç	**Tanıtım**	**Etkinlik**	**Özel gün**	**Etkileşim Sayıları**	**Yorum**	**Retweet**	**Beğeni**
Şub.17	112	2	4	3	121	10	32	303
Mar.17	130	5	2	3	140	2	27	205
Nis.17	112	4	2	1	119	7	35	392
May.17	37	5	2	4	48	9	31	271
Haz.17	2	0	4	1	7	0	10	52
Tem.17	1	0	1	3	5	2	10	40
Ağu.17	1	7	2	2	12	5	3	102
Eyl.17	15	3	4	0	22	0	11	139
Eki.17	15	0	5	1	21	1	4	113
Kas.17	12	1	2	1	16	4	5	61
Ara.17	6	1	0	0	7	1	1	21
TOP.	**443**	**28**	**28**	**19**	**518**	**41**	**169**	**1699**
Oca.18	24	0	0	0	24	4	1	89
Şub.18	22	0	0	1	1	2	2	74
TOP.	**46**	**0**	**0**	**1**	**25**	**6**	**3**	**163**
Genel Toplam	**489**	**28**	**28**	**20**	**543**	**47**	**172**	**1862**

Arkas Spor Kulübü'nün paylaşımları ve bu paylaşımlara verilen cevaplar incelendiğinde, 2017 yılının şubat, mart ve nisan aylarında daha fazla paylaşım yaptığı ve buna bağlı olarak yorum, retweet ve beğeni sayısının artış gösterdiği Tablo 2'den anlaşılmaktadır. En fazla paylaşım maç başlığı altında yapılmıştır. Takipçilerin en fazla cevap verme yöntemi ise beğeni şeklinde gerçekleşmiştir. 2018 yılının ilk iki ayına bakıldığında ise, paylaşımların çok ciddi oranda düştüğü ve buna bağlı olarak da, takipçilerin cevaplarında da azalma meydana geldiği görülmektedir. Arkas Spor Kulübü erkek takımı bir önceki yıla göre biraz daha başarılı ve ligde ikinci sırada olmasına ve kadın takımı bir alt ligde olmasına (geçen yılla aynı) rağmen, tweetlerinde ve sosyal medya paylaşımlarında azalma meydana gelmiştir.

Tablo 3: Ziraat Bankası Spor Kulübünün Şubat 2017–Şubat 2018 Tarihleri Arasındaki Twitter Paylaşım Detayları ve Etkileşim Sayıları

Aylar	Twitter Paylaşımları				Toplam Paylaşım			
	Maç	**Tanıtım**	**Etkinlik**	**Özel gün**	**Etkileşim Sayıları**	**Yorum**	**Retweet**	**Beğeni**
Şub.17	15	6	1	3	25	1	20	155
Mar.17	17	1	0	6	24	0	30	191
Nis.17	21	5	0	2	28	1	40	228
May.17	7	7	1	2	17	1	39	193
Haz.17	3	4	0	1	8	0	2	66
Tem.17	0	3	1	0	4	0	6	44
Ağu.17	0	9	2	3	14	3	77	1022
Eyl.17	11	3	1	3	18	2	13	162
Eki.17	17	4	1	2	24	8	36	195
Kas.17	6	4	1	3	14	5	111	472

Ara.17	4	4	0	0	8	0	14	70
TOP.	**101**	**50**	**8**	**25**	**184**	**21**	**388**	**2798**
Oca.18	11	7	0	1	19	4	89	468
Şub.18	17	2	0	0	19	3	32	236
TOP.	**28**	**9**	**0**	**1**	**38**	**7**	**121**	**704**
Genel Toplam	**129**	**59**	**8**	**26**	**222**	**229**	**509**	**3502**

Ziraat Bankası voleybol takımının paylaşımları incelendiğinde, en fazla paylaşımın maçlarla ilgili olduğu görülmektedir. En az yapılan paylaşımlar ise etkinliklerle ilgili paylaşımlar olduğu tespit edilmiştir. Takipçilerin ise en az yorum yaparak en fazla da beğenide bulunarak tweetlere cevap verdiği görülmektedir. Ziraat Bankası spor kulübünün sadece erkek voleybol takımı olmasına ve paylaşımlarının diğerlerine nazaran daha az olmasına rağmen, beğeni açısından, Arkas Spor Kulübü ve Halk Bankası Spor Kulübü'nden daha fazla sayıda beğeni almıştır.

Tablo 4: Halkbank Spor Kulübünün Şubat 2017 – Şubat 2018 Tarihleri Arasındaki Twitter Paylaşım Detayları ve Etkileşim Sayıları

	Twitter Paylaşımları				Toplam Paylaşım			
	Maç	**Tanıtım**	**Etkinlik**	**Özel gün**	**Etkileşim Sayıları**	**Yorum**	**Retweet**	**Beğeni**
Şub.17	15	3	0	0	18	0	5	74
Mar.17	21	2	1	2	26	2	4	68
Nis.17	23	2	1	1	27	0	33	158
May.17	8	4	0	1	13	2	28	161
Haz.17	4	1	0	1	6	2	6	58
Tem.17	0	2	0	0	2	0	2	6
Ağu.17	0	4	1	2	7	0	9	50
Eyl.17	11	4	0	1	16	3	40	162
Eki.17	14	2	0	1	17	1	10	87
Kas.17	11	1	2	1	15	0	18	100
Ara.17	15	1	3	1	20	4	31	157
TOP.	**143**	**28**	**8**	**13**	**192**	**18**	**213**	**1211**
Oca.18	19	3	0	1	23	3	19	152
Şub.18	20	1	1	0	22	2	14	156
TOP.	**39**	**4**	**1**	**1**	**45**	**5**	**33**	**308**
Genel Toplam	**182**	**32**	**9**	**14**	**237**	**23**	**246**	**1519**

Halkbank Voleybol Kulübü'nün hem kadın, hem de erkek takımları bulunmaktadır. Kadın takımı mart ayının sonu itibariyle lig ortalarında bulunmakta ve erkek takımı lider konumdadır. Ancak Twitter paylaşımları incelendiğinde, diğer kulüplere nazaran çok fazla paylaşımda bulunmamakta ve buna paralel olarak takipçi davranışları daha fazla miktarda gerçekleşmektedir. En fazla paylaşım yapılan konu maç paylaşımları ile ilgili olanlardır ve etkileşim sayıları açısından en yüksek frekansa sahip davranışı olan beğenilerdir.

Tablo 5: Vakıfbank Spor Kulübünün Şubat 2017–Şubat 2018 Tarihleri Arasındaki Twitter Paylaşım Detayları ve Etkileşim Sayıları

	Twitter Paylaşımları				Toplam Paylaşım			
	Maç	**Tanıtım**	**Etkinlik**	**Özel gün**	**Etkileşim Sayıları**	**Yorum**	**Retweet**	**Beğeni**
Şub.17	92	16	1	5	114	59	345	3658
Mar.17	97	12	0	3	112	70	318	2206

Nis.17	89	25	3	3	120	151	1858	10930
May.17	80	10	3	3	96	120	2241	12243
Haz.17	1	6	1	4	12	14	96	801
Tem.17	1	1	0	1	3	6	88	272
Ağu.17	0	2	0	4	6	6	63	415
Eyl.17	2	3	0	2	7	6	213	890
Eki.17	56	20	0	4	80	49	510	4639
Kas.17	61	22	1	4	88	42	311	2945
Ara.17	44	25	5	1	75	68	435	5809
TOP.	**523**	**142**	**14**	**34**	**839**	**743**	**6895**	**49905**
Oca.18	99	21	5	1	126	152	417	5057
Şub.18	92	16	0	5	113	59	345	3658
TOP.	**191**	**37**	**5**	**6**	**239**	**211**	**762**	**8715**
Genel Toplam	**714**	**179**	**19**	**40**	**1078**	**954**	**7657**	**58620**

Vakıfbank Spor Kulübü voleybol branşında sadece kadın takımına sahiptir. Mart sonu itibari ile lig ikincisi konumundadır. Tablo 5 incelendiğinde, diğer kulüpler gibi, Twitter ortamında en fazla paylaşım "maç" içeriği ile ilgili olmuştur. Bunu "tanıtım" ile ilgili paylaşımlar izlemiştir. Vakıfbank voleybol takımının hem paylaşımları, hem de bu paylaşımlara verilen cevaplar incelendiğinde, önceki kulüplere göre daha fazla oranda paylaşım yapılmış ve takipçi davranışları çok daha fazla olmuştur. Bunun nedeni olarak, Vakıfbank voleybol takımının çoğu sezon şampiyonluğa oynaması; yurt içinde ve yurt dışında çok sayıda başarı elde etmesi gösterilebilir. Özellikle, 2016-2017 sezonunda Türkiye Kupası, Avrupa ve dünya şampiyonluğu elde etmesi; paylaşım ve etkileşim sayılarının yüksek olmasına neden olarak gösterilebilir. Ayrıca bu çalışmada incelediğimiz çoğu kulüp, uluslararası düzeyde turnuvalara katıldığı için, İngilizce paylaşımlar da yapmaktadır. Takipçi davranışlarına bakıldığında, en katılımlı davranış olan yorum düzeyinin önceki kulüplere oranda çok daha fazla olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, diğer kulüplerde olduğu gibi, en fazla yapılan takipçi davranışı beğenidir.

Tablo 6: Eczacıbaşı Vitra Spor Kulübünün Şubat 2017–Şubat 2018 Tarihleri Arasındaki Twitter Paylaşım Detayları ve Etkileşim Sayıları

	Twitter Paylaşımları				Toplam Paylaşım			
	Maç	**Tanıtım**	**Etkinlik**	**Özel gün**	**Etkileşim Sayıları**	**Yorum**	**Retweet**	**Beğeni**
Şub.17	66	24	4	1	95	76	789	2813
Mar.17	51	18	8	4	81	150	630	2632
Nis.17	72	25	3	3	103	117	1342	4569
May.17	56	32	5	3	96	83	1014	4168
Haz.17	5	10	3	4	22	216	188	857
Tem.17	0	11	3	6	20	207	268	1122
Ağu.17	0	14	7	3	24	168	203	1219
Eyl.17	0	15	4	6	25	7	141	1386
Eki.17	84	16	11	7	118	30	859	5489
Kas.17	71	20	3	6	100	54	722	4273
Ara.17	107	35	3	8	153	46	972	4751
TOP.	**512**	**220**	**54**	**51**	**837**	**1154**	**7128**	**33279**
Oca.18	142	30	6	3	181	46	1628	6824
Şub.18	149	39	10	4	202	93	2169	7232
TOP.	**291**	**69**	**16**	**7**	**383**	**139**	**3797**	**14056**

Genel Toplam	**803**	**289**	**70**	**58**	**1220**	**1293**	**10925**	**47335**

Eczacıbaşı Vitra Spor Kulübü'nün sadece kadın voleybol takımı vardır. Bu takım Mart 2018 sonu itibari ile kadınlar liginin lideri durumundadır. Bir önceki yıl ligi üçüncü sırada bitirmiştir. Ancak twitter paylaşımları incelendiğinde, sadece kadın takımı olmasına rağmen, tüm paylaşım türleri ve takipçi davranışlarında en ön sırada gelmektedir. Takipçilerin yorum, retweet ve beğeni sayıları oldukça yüksek durumdadır. En fazla paylaşım yapılan alan maç türündedir. Bunu tanıtım, etkinlik ve özel gün paylaşımları sırasıyla takip etmektedir. Diğer kulüplerle karşılaştırıldığında en aktif ve etkin şekilde sosyal medyayı kullanan kulüp Eczacıbaşı Vitra gelmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, Türkiye'deki en üst düzey kadın ve erkek liglerinde mücadele eden toplam beş takım incelenmiştir. Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray Kulüpleri'nin voleybol takımlarının paylaşımları, futbol paylaşımları ile beraber yapıldığı için bu takımların tweetleri değerlendirmeye alınmamıştır. Arkas, Eczacıbaşı Vitra, Halkbank, Vakıfbank ve Ziraat Bankası takımlarının Twitter hesapları detaylı bir şekilde incelenmiştir. Bu takımlarla ilgili olarak, toplam 3300 tweet detaylı bir şekilde teker teker incelenmiştir. Bunun dışında, takipçi davranışları olarak toplam 2246 yorum, 19509 retweet ve 112832 beğeni olduğu tespit edilmiştir.

Kulüplerin paylaşımları ve takipçi davranışları dönemsel olarak incelendiğinde, temmuz ve ağustos aylarında neredeyse hiç tweet atılmamıştır. Bununla birlikte, haziran ve eylül aylarında da oldukça az miktarda tweet atıldığı görülmektedir. Bu dönemlerde ligler bitmekte ve herhangi bir maç organizasyonu yapılmamaktadır. Bu nedenle, takımların özellikle maç paylaşımları oldukça düşmekte, diğer paylaşımlar ise maç paylaşımlarının düşmesiyle az miktarda artış göstermektedir. Maç dönemlerinde, -özellikle lig başlarken- ve şampiyonluk olasılığı durumunda, Twitter paylaşımlarının arttığı görülmektedir. Ayrıca, başarı elde etmiş olmak da (ulusal veya uluslararası şampiyonluk) twitter paylaşımlarını artırmaktadır. Özellikle, yurt dışında elde edilen başarılar, kulüplerin paylaşımlarını da arttırmaktadır.

Takımların en fazla miktarda yaptıkları paylaşım türü, maç paylaşımlarıdır. Maç saati, rakip bilgileri ve turnuva bilgileri vb. en fazla miktarda paylaşılan konulardır. Özellikle taraftarların daha fazla takip ettiği bilgiler bu konu ile ilgilidir. Bu nedenle, kulüpler sosyal medyadan takipçileri ve taraftarlarını bu şekilde bilgilendirmektedir. Bu açıdan bakıldığında; sosyal medya, kulüplerin önemli bir bilgi ulaştırma aracı konumundadır.

Kulüpler bazında bir değerlendirme yapıldığında, Eczacıbaşı Vitra ve Vakıfbank takımlarının Twitter'ı, çok yoğun kullandığı söylenebilir. Aynı zamanda, bu kulüpler mücadele ettikleri ligde ilk sıralara oynamaktadır (ligde birinci ve ikinci sıradalar) veya uluslararası düzeyde başarı elde etmişlerdir. Bu açıdan bakıldığında, başarı ile Twitter'ı yoğun kullanma arasında bir ilişki olabileceği söylenebilir. Bunların yanı sıra, iki kulübün de voleybol alanında sadece kadın takımları mevcuttur.

Sosyal medya daha çok kişiye ulaşma ve daha çok kişi etkileşim içinde bulunma açısından vazgeçilmez bir ortamdır. Ayrıca, spor kulüplerinin sponsor bulma ihtiyacı, onlara daha fazla kişiye ulaşma ve başarılı olma noktasında baskı yapmaktadır. Bu nedenle sosyal medya ortamları daha fazla kişiye ulaşma ihtiyacını karşılama açısından vazgeçilmez değere sahiptir. Buna rağmen, birçok spor kulübünün ve özellikle voleybol kulüplerinin, çok eski geçmişe sahip olsalar dahi, bu yeni medya ortamına yeterli derecede kullanmadıkları görülmektedir. Sadece sosyal medya hesabı açmak, kulüplere yeterli düzeyde katkı sağlamamaktadır. Taraftarları ve takipçileri bilgilendirmenin yanında, daha fazla oranda ilgi çekici ve farklı nitelikte paylaşımlarla taraftarların takipçi olmaları sağlanmalıdır. Sadece maç paylaşımları belirli bir yere kadar takipçileri çekmektedir. Tanıtım, etkinlik ve özel gün paylaşımlarının artırılması ile takipçilerin sürekli olarak takımı takip etmesi, ilgilenmesi hatta başka bireyleri yönlendirmesi sağlanabilir. Bunların yanı sıra, özellikle maçların olmadığı veya çok daha az olduğu haziran, temmuz, ağustos ve eylül aylarında, maç paylaşımları dışındaki diğer alanlarda farklı ve ilgi çekici paylaşımlarla takipçilerin sürekliliği sağlanabilir.

Bu çalışmanın kısıtları kapsamında, araştırmacılara yapılacak öneriler şu şekilde sıralanabilir: Bu çalışmada sadece, beş önemli voleybol kulübü detaylı olarak incelenmiştir. Ancak, Türkiye voleybol liglerinde daha fazla takım vardır. Daha fazla zaman ve imkan olması durumunda, diğer kulüplerde araştırmaya dahil edilerek karşılaştırma yapılabilir. Takipçi davranışlarının sayısal olarak değerlendirilmesi dışında, özellikle takipçi yorumlarının, içerik açısından daha detaylı incelenmesi durumunda hangi tweetlere nasıl tepki verildiği ayrıntılı bir şekilde görülebilir. Farklı spor dalları ile karşılaştırma yapılarak (özellikle futbol), eksik yönlerin

belirlenmesine yönelik karşılaştırma yapılabilir. Ayrıca, bu çalışmada seçilen voleybol takımlarının son bir yıl içerisindeki tweetleri incelenmiştir. Eğer, kulüplerin hesap açtığı tarihten itibaren hesapları incelenirse, daha farklı sonuçlar elde edilebilir.

KAYNAKÇA

Akkaya, Ö ve Zerenler, M. (2017). Sosyal Medya Ve Spor Pazarlaması İlişkisi Taraftar Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Beşiktaş Spor Kulübü Örneği, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22(4):945-963.

Altınbaş, H. (2007). Sporun Pazarlaması ve Pazarlama İletişiminde Spor, Selçuk İletişim, 5(1):93-101

Argan, M ve Katırcı, H (2015). Spor Pazarlaması, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara

Arık, A. (1992).Psikolojide Bilimsel Yöntem, İstanbul Üniversitesi Basımevi. İstanbul

Bilgin, N. (2014). Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi, Siyasal Kitabevi Yayınları, Ankara.

Ekmekçi, R. ve Ekmekçi, Y.A.D. (2010). Spor Pazarlaması, Pamukkale Journal of Sport Sciences, 1(1):23-29

Fırat, D. (2017). Sosyal Medya Pazarlaması, Beta Yayınevi, İstanbul

Köksal, Y. ve Özdemir, Ş. (2013). Bir İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya'nın Tutundurma Karması İçerisindeki Yeri Üzerine Bir İnceleme, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18(1):323-337.

Ratten, V. (2015). The dynamics of sport marketing, Marketing Intelligence & Planning 34(2):162-168

Yüce, A., Katırcı, H. ve Gökçe, S. (2017). Gelenekselden Dijitale Spor Pazarlaması: Kavramsal Bir Çalışma, International Journal of Social Science, 55, 543-556

Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Savaş Kavramına İlişkin Metaforik Algıları

Dr. Öğr.Üyesi Yücel Atila Şehirli[1]

[1]Trakya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Temel Eğitim Bölümü, Sınıf Eğitimi Ana Bilim Dalı, Edirne, Türkiye.
(asehirli@yahoo.com.tr)

Özet: Savaş kavramı; devletlerin diplomatik ilişkilerini keserek giriştikleri silahlı mücadele, harp, cenk, kavga, mücadele şeklinde tanımlanmaktadır.

Metafor, "karşılaştırma" anlamında kullanılan bir kelimedir. Metafor, soyut ya da kolayca anlaşılamayan olguları tanımlamak için kullanılmakta olup, "daha anlaşılır olanla açıklamaya çalışmak" demektir.

Bu araştırmanın amacı, Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nin Türkçe ve Sosyal Bilgiler Eğitimi Bölümü, Sosyal Bilgiler Eğitimi Programı'nda öğrenim gören öğretmen adayı öğrencilerin "savaş" kavramına ilişkin algılarının ne yönde olduğunu metaforlar aracılığıyla belirlemektir. Araştırma nitel araştırma yöntemine uygun olarak tasarlanan betimsel bir alan araştırmasıdır. Bu amaç doğrultusunda söz konusu öğretmen adaylarının "savaş" kavramını hangi metaforlar aracılığıyla algılamakta olduğu incelenmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak "yarı-yapılandırılmış anket formu" kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan form, demografik değişkenler ile katılımcıların "Savaş … gibidir, çünkü…" cümlesini tamamlamaları istenen bölümden oluşmaktadır.

Araştırmada elde edilen veriler, öğrencilerin "savaş" kavramı ile ilgili yazılı açıklamalarından elde edilmiştir. Toplanan verilerin işlenmesinde metaforik içerik analizi teknikleri kullanılmıştır. Araştırmada veriler öncelikle frekans ve yüzde tabloları halinde özetlenmiştir. "Savaş" kavramına yönelik algıları arasındaki ilişkiler ile bu algıların demografik özelliklere göre benzerlik veya farklılıkları olup olmadığı analiz edilmiştir. Araştırmanın örneklemi; 2017-2018 öğretim yılı Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi öğrencilerinden oluşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Bilgiler, öğretmen adayı, metafor, savaş.

Metaphorical Perceptions Of Social Studies Teacher Candidates About The Concept Of War

Assist. Prof. Dr. Yücel Atila Şehirli[2]

[2]Trakya University, Faculty of Education, Basic Education Department, Department of Classroom Education, Edirne, Türkiye.(asehirli@yahoo.com.tr)

Abstract: The concept of war; is defined as armed struggle states embark with cutting diplomatic relations, warfare, battle, fight, struggle.

Metaphor is a word used to meaning of "compare". Metaphor is used to define abstract and difficult to comprehend facts, and it means trying to explain them with more comprehensible ones.

The aim of the study is to define perceptions of Trakya University Education Faculty Department of Turkish and Social Sciences Education, Social Studies Teacher Candidates, about "war" via metaphors. The study is qualitative and descriptive field research. In accordance with this purpose, it has been investigated that via which metaphors the teacher candidates in question perceive "war" concept. Semi-structured questionnaire form" has been used as data collection tool. The form includes expressions as "war is like… because…

The data obtained from the study has been gained from the written explanations of the students about "war" concept. Metaphorical content analysis techniques have been used for data process. The data initially has been summarized as frequency and percentage tables. The relations between the "war" concept and if these perceptions vary or not according to demographical features have been analyzed. The sample of the study consists of Trakya University 2017-2018 education year Education faculty students.

Key Words: Social Studies, teachers candidate, metaphor, war.

1. GİRİŞ

Metafor kelime olarak, Grekçe "Metapherein" kelimesinden türetilmiş olup, Meta (değiştirmek) ve pherein (taşımak) kelimelerinin birleşmesiyle oluşturulmuştur (Levine, 2005: 172). Metafor günümüzde, daha ziyade;

"söylemi süslemeye yönelik bir söz sanatı" olarak bilinmekle birlikte, Metafor kullanımı genel olarak; *"dünyayı kavrayışımıza yardım eden bir düşünme ve görme biçimi"* anlamına gelmektedir. Bilimsel araştırmalar göstermiştir ki metaforik düşünme biçimi, dil ve bilim üzerinde olduğu kadar, insanın günlük yaşamında kendini ifade edişi üzerinde de biçimlendirici bir etki yapmaktadır (Morgan, 1998: 14).

1.1. Metafor Nedir?

Öğretimin iki temel prensibi bilinenden bilinmeyene, somuttan soyuta gitmektir. Metaforlar bunu gerçekleştirirken soyut prensipleri açıklamak için somut örneklerden yararlanırlar. Metaforlar, bilinen, görülen ya da fiziksel gerçeklik, bilinmeyen, görülemeyen ya da ruhsal gerçekliği tanımlamaya yardımcı olmak için kullanılırlar. İnsanlar, algılama ve kelime hazineleri sınırlı olduğundan, bir kavramı anlayabilmek için, başka kavramlarla kıyaslamalar yapmak zorunda kalmaktadır (Clarken, 1997: 4). Bu sebeple Aristo döneminden beri daha ziyade romansal ve şiirsel anlatımda farklı şekillerde metafor kullanımı söz konusu olurken, 1980'li yıllarda, Lacoff ve Johnson'un "Metaphors we live by" isimli çalışmalarında geliştirdikleri *"zihinsel metafor teorisi"* olarak isimlendirilen bir teoriyle metaforun önemi anlaşılmıştır. Lacoff ve Johnson'un ileri sürdükleri bu teoriye göre; "Kavram sistemimiz büyük ölçüde metaforikse, o zaman düşünme tarzımız, tecrübe ettiğimiz her olgu ve günlük olarak yaptığımız her şey bir bakıma metaforiktir" (Lakoff ve Johnson, 1980). Metaforlar; *"insanların gerçeğe ve dünyaya ilişkin düşüncelerini şekillendiren temel zihinsel modellerden biridir".* Dolayısıyla metaforlar; *"soyut veya karmaşık olan olguları, daha somut veya tecrübe edilen olgularla karşılaştırarak, bu sayede bilinmeyen olgulara ilişkin anlayış geliştirmeye imkân sağlarlar"* (Ocak ve Gündüz, 2006).

Yob'a göre metafor; *"bireyin yüksek düzeyde soyut, karmaşık veya kuramsal bir olguyu anlamada ve açıklamada kullanılabileceği güçlü bir zihinsel araçtır"* (Yob, 2003: 130). Bu özelliğinden dolayı metaforlar öğrencilerin özellikle zor kavram ve terimleri daha net bir şekilde anlamalarına yardımcı olarak soyut kavramların zihinde somutlaştırılması ve görselleştirilmesini sağlamakta ve böylece öğrenilen bilgilerin akılda daha uzun süre kalmasını ve daha kolay hatırlanmasını sağlayarak öğrenme motivasyonunu artırmaktadır. Metaforlar eğitim yönetiminde müfredat geliştirme ve planlamada; öğretim alanında öğrenmeyi teşvik etme ve yaratıcı düşünceyi geliştirmede, öğretmen eğitiminde ise öğretim uygulamalarını yönlendirmede ve öğretmenlerin modern eğitim anlayışlarındaki yerlerini belirlemede bir araç konumundadır (Arslan ve Bayrakçı, 2006: 100-106). Metaforlar yaratıcıdır; çünkü zihnimizi benzerliklerin, ilişkilerin ve görüşlerin ötesine, kendi yeniden yarattıkları benzerliklere, ilişkilere ve görüşlere yönlendirmektedir. Metaforlar, keşiftir; çünkü kavramın daha önce taşıyamayacağı bir anlam boyutu keşfedilir ve bu şekilde kavramın ve düşüncenin anlam ufku genişlemektedir (Demir, 2010: 12, Akt. Ergin ve Beyoğlu, 2017).

Son yıllarda, dünyada olduğu gibi ülkemizde de metaforların belli başlı sosyal ortamlardaki faaliyetlere nasıl rehber olduğu, inançları, tutumları ve değerleri nasıl şekillendirdiği, örgütsel süreçleri nasıl gösterdiği ve örgütsel yaşamın oluşturulmasında nasıl vurgulandığına yönelik olarak ilginin arttığı görülmektedir (Çelikten, 2006: 270). Bu ilgi hayatın her alanında olduğu gibi eğitim ve öğretim alanında da kendisini göstermektedir.

Tarih dersinin öğretiminde de öğrencilerin metafor oluşturdukları görülmektedir (Güven ve Güven, 2009). Tarih dersi kavramlar konusunda oldukça zengin bir derstir. Bu durumda Tarih dersinde öğrencilerin birçok metafor oluşturabileceği anlamına gelmektedir. Özellikle birçok soyut kavramı öğretmeye çalıştığımız bu derste kavramların öğretimi ve öğrenilen kavramların kalıcılığının sağlanması oldukça önemlidir. Öğretmen adaylarının "savaş" kavramını daha önceki öğretim programlarında verildiği gibi doğru olarak öğrenip öğrenmedikleri ve bu kavrama ilişkin metaforlar oluşturup oluşturamadıkları anlaşılacaktır (Şehirli, 2017:349-364).

2. SAVAŞ KAVRAMININ TANIMLARI

Türk Dil Kurumu (2015) tarafından savaş: "(1) Devletlerin diplomatik ilişkilerini keserek giriştikleri silahlı mücadele, harp, cenk, cidal. (2) Uğraşma, kavga, mücadele. (3) Bir şeyi ortadan kaldırmak, yok etmek amacıyla girişilen mücadele" şeklinde tanımlanmaktadır. Savaş: "düşmanın iradesini kırmak ve tarafların kendi iradesini egemen kılmak amacıyla kullanılan örgütlü şiddettir" (Akad, 2011: 9). **Savaşla ilgili tanımlamalar şöyle sıralanmaktadır** (Akyol, 2015): 1. Uyuşmaları zorlama yollarına başvurarak çözmek. 2. Düzenli topluluklar arasındaki silahlı ve kanlı çarpışma. 3. Sosyal ve politik bir fenomen. 4. Politik düşüncenin anlatılması için enerjik bir vasıta. 5. Ulusların dış sorunlarını çözmek için haklı veya haksız, zamanlı veya zamansız başvurmaya mecbur kaldıkları bir hareket (Bayat'tan Akt: Aktaş, 2013: 1587-1619). Savaşların sınıflandırılmasında, birçok ölçütün temel alınarak çeşitli sınıflandırmaların yapıldığı anlaşılmaktadır. Bu ölçütlere göre savaşlar; "ulusal, dini, kişisel,

feodal, hanedan" yoğunluklarına göre; "sınırlı, topyekûn"; coğrafi kriterlerine göre ise; "yerel ve genel" olarak sınıflara ayrılmaktadır (Uşaklı, 2008: 30).

2.1. Savaş Kavramının İçeriği

Savaş ve barış insanlığın, başlangıçtan beri insanoğlunun ayrılmaz bir parçası olmuştur. İnsanoğlu tabiat ile mücadelesinde büyük başarıya ulaşmış, birçok ölümcül hastalığı yenmiş fakat öldürme davranışına bir çözüm bulamamıştır. Bazı psikologlara göre insanın en büyük düşmanı yine kendisidir. Bloch *"Savaşın Geleceği"* adlı makalesinde milattan önce 1496'dan milattan sonra 1861 yılına kadar 3.130 yıl savaş 227 yıl barış devresi olduğunu yazmıştır. Yani on 13 yıl savaş 1 yıl ise barış olmuştur. 1960 yılında Norveçli bir istatistikçi yaptığı araştırmada insanoğlunun yazıyı bulmasından araştırmanın yapıldığı tarihe kadar 5.560 sene boyunca yaklaşık olarak 14.561 savaşın çıktığını ve sene başına ise 2.21 savaşın düştüğünü hesaplamıştır (Bayat, 1985: 72, Akt. Aktaş, Safran, 2013: 1587-1619).

İnsanın tabiatında "hırs", "saldırganlık" ve "güce ulaşmaya karşı doyumsuz bir arzu" olduğuna inanılır. Acaba savaş insanın doğuştan getirdiği bir özellik midir? Yoksa insan savaşı sonradan mı öğrenmektedir? Psikologlar bu konuda ikiye ayrılmaktadır. Psikanaliz yöntemini benimseyen Freud ve Lorenz gibi bilim adamları insanın *"saldırganlık"* özelliğini doğuştan getirdiği fikrini, Wright ve Hoebel ise sonradan öğrendiğini savunmuşlardır. Hoebel; *"savaş eğiliminin bir içgüdü olmadığı, çok gelişmiş bir kültürel karmaşa olduğunu"* savunmuştur (Wright, 1965. Akt. Fromm, 2011: 272). Savaşın dövüşten tek farkı örgütlü olması bunun yanında merkezi taktik ve stratejilerinin olmasıdır (Belge, 2011: 152). Bunun yanında insan kendi türüyle dövüşmek ya da savaşmak için, kendi türüyle iş birliği yapan tek canlıdır (Kyrle, 1936: 227).

Kendilerini güçlü hisseden toplumlar güçlerine güvenerek zenginliklerini ve topraklarını çoğaltmayı da insanî bir hak olarak görmüşlerdir (Belge, 2011: 147). (Montaigne, 2006: 233). Hobbes'e göre insanlar arasında aynı şeye sahip olma arzusu yüzünden insanlar birbirlerine düşman olmaktadır. Birbirlerini yok etmeye ya da egemenlikleri altına almaya çalışmaktadır. Hobbes, insan doğasında üç temel kavga nedeni olduğunu söylemiştir: Bunlar *"rekabet"*, *"güvensizlik", "şan-şeref duygusu"* dur (Akt. Veysal, 2006: 46). Savaşların tıpkı hastalıklar ve kuraklıklar gibi dünya nüfusunu dengelediğini Maltus savunmuştur (Akt. Veysal, 2006: 56). İbn Haldun savaşların ilk nedeninin insanların birbirlerinden *"öç alma"* duygusundan kaynaklandığını iddia etmiştir. Haldun'a göre öç alma duygusu; "gayret, kızgınlık, herhangi bir hususta yarışmaktan, karşılıklı düşmanlıktan" doğabilir. Genellikle öç alma duygusu birbiriyle komşu olan aşiretler veya topluluklar arasında olmaktadır (Haldun, 1989: 37). İbn Haldun'a göre savaşların ikinci nedeni *"düşmanlık"*, üçüncü nedeni *"Tanrı ve din uğruna savaşmak" (kutsal savaş),* dördüncü nedeni ise, *"devletlerin, devlete karşı isyan eden ve hükümete itaat etmeyenlerle yaptıkları savaşlar"*dır.

Dünyada kutsal savaş kavramını ideoloji hâline getiren ilk halk Musevilerdir (Ruelland, 2004). Öldürme faaliyeti tek tanrılı dinler tarafından yasaklanmıştır. Fakat savaş zamanında *"vatan savunması"* ve *"din için ölmek ve öldürmek"* kutsanmıştır (Akt. Yalçınkaya, 2008: 108). Eski çağda Mars, savaş ve dövüş tanrısı olarak kabul edilmiştir (Kyrle, 1936: 220). Savaş, Batı toplumlarında hep geçerli bir kurum olmuştur. Batı toplumunun teknik ve toplumsal şartlarında savaş pek çok kere "yok etme aracı" olarak kullanılmıştır (Tonybee, 1997: 15). En eski Türk kaynaklarında "ordu" terimine rastlanmaktadır. Orhun Yazıtları'nda "ordu" ismi hakan'ın daimi karargâhına verilirdi (Özdal, 2008: 25, Aktaş & Özmen, 2013).

Grotius, savaşı haklı gösteren nedenler üzerinde durmuştur: *"Tehlike kaçınılmaz ise savaşa girişilebilir"* demiştir (Grotius, 2011: 74-75). Tolstoy, savaşların görünen nedenlerinin değil gerçek nedenleriyle incelenmesi gerektiğini belirtmiştir (Tolstoy, 2010: 27).

Milletlerin manevi duyguları savaşlarda artmaktadır. Zayıflıkları ise barış zamanında yükselmektedir. Yine savaşların; *"tanrının düzenini sağlamak için bir vasıta"* olduğunu savunan görüşler de vardır. Tarihin ilk dönemlerinden itibaren var olan kölelik sistemini kaldıran insanoğlu, "savaşları da ortadan kaldırabilme gücüne sahiptir" denilmektedir (Eckhardt, 1917: 43). Moltke; *"barış yalnızca bir düş değildir"* diyerek gelecekten umutlu olduğunu dile getirmiştir (Akt. Tonybee, 1997: 29).

Latin atasözü: *"Eğer barış istiyorsan savaşa hazır ol"* diyerek savaş ve barış arasındaki ilişkiye dikkat çekmektedir (Calleja, 1994: 2). Cemal Erginsoy, savaşların olduğu dönemleri şu başlıklar altında toplamıştır: *"Hayvanî savaş dönemi, ilkel savaş dönemi, uygarlaşmış savaş dönemi, modern savaş dönemi".* Yaygınlıklarına göre savaşlar: *"genel savaşlar ve bölgesel savaşlar"* olmak üzere iki gruba ayrılabilir (Bayat, 1985: 73). Kullanılan silahlara göre ise savaşlar: *"Konvansiyonel harpler, nükleer harpler (stratejik nükleer harp, taktik nükleer harp), sınırlı harpler"*

olmak üzere üçe ayrılmaktadır (Bayat, 1985: 61). Savaş: *"kişiler, uluslar, ordular, rejimler, komutanlar hatta dünya liderleri arasında"* olabilir (Page, 2000: 445). Wright savaşları dörde ayırmıştır: *"Savunucu savaşlar, toplumsal savaşlar, ekonomik savaşlar ve siyasal savaşlar"* (Fromm, 2011: 193). Wright yaptığı araştırmalarda ilkel dönemlerde yaşayan insanların en az savaş sever oldukları ve savaş severliğin uygarlıkla doğru orantılı olarak arttığını dile getirmiştir. Bu bulgular yıkıcılığın insanın doğasında bulunduğuna yönelik iddialara ters düşmektedir (Fromm, 20101 193). Hogo Grotius ise savaşları hukuk açısından değerlendirmiştir. Gtotius'a göre savaşlar; *"haklı savaş ve haksız savaşlar"* olmak üzere ikiye ayrılır. Savaşın haklı nedenlerinden en önemlisi ise kendisine karşı savaştığımız kimsenin, bize karşı daha önce bir haksızlık işlemiş olmasıdır (Grotius, 2007: 73).

18. yüzyılın son çeyreğinden sonra savaşlar önemli değişime uğramıştır. Fransız İhtilal Savaşları ve Napolyon dönemi vatandaşlarının zorunlu hizmete dayanan kitle orduların kurulması savaşların süresini ve kapsamını genişletmeye başlamıştır. Napolyon Savaşları (1803-1815) ilk *"Topyekun savaş"* olarak kabul edilmiştir (Beşikçi: 2010: 63). Kırım Savaşı, modern savaşlara geçişte bir köşe taşı sayılmaktadır. Ordular uzun süre yönetilmiş, savaşta buharlı gemiler ve telgraf kullanılmıştır (Akad, 2011: 14).

1989 yılında Sovyetler Birliği'nin çökmesinden sonra Fukuyama; *"artık kapitalist ve komünist bloklar arasında çatışmanın bittiğini, bu durumun ise dünya barışı için bir fırsat olduğunu"* dile getirmiştir. 1993 yılında Samuel Huntington *"Medeniyetler Çatışması"* adlı yazısında; *"gelecekte olan savaşların kültürler arasında özellikle de Müslüman ve Hıristiyan dünyası arasında olacağını"* dile getirmiştir (Akt. Wells, 2009: 141). Günümüzdeki en yaygın savaşların **"iç savaşlar"** olduğu görülmektedir. Ayrıca **"terör olayları"** da dünya insanları için büyük bir tehlike taşımaktadır (Akt. Aktaş, Safran, 2013: 1587-1619).

İnsanoğlu bir taraftan savaş yaparken diğer taraftan da savaşlara engel olma çabası içerisindedir. Falls'ın deyimiyle *"İnsanlığı tehdit eden bu kötü huylu tümör ne iyileştirilebiliyor ne de iyi huylu bir tümöre dönüştürülebiliyor".* İnsanlar savaşlara bazen kazanım elde etmek için katılırken bazen de savaşlara katılmaya mecbur olmuştur.

UNESCO Sözleşmesi'nin ilk cümlesi şöyledir: *"Savaşlar insanların dimağlarında başlar. Barışın savunma siperlerinin de insanların dimağlarında kurulması gerekir".* 1914-1918 ve 1939-1945 yılları arasında iki büyük savaş gören insanoğlu, yalnız siyasî *ve* ekonomik önlemlerle savaşın önünü almanın mümkün olmadığını görmüş, sürekli barışı sağlamanın ancak eğitim, bilim *ve* kültür yoluyla gerçekleştirilebileceğini anlamıştır. Bunu gerçekleştirmek için de 1919'da Milletler Cemiyeti'ne bağlı olarak "Cooperation Intellectuelle" komisyonu, 1945'te de Birleşmiş Milletlere bağlı olarak "UNESCO" kurulmuştur (Safran & Ata, 1996, Şehirli, 2017: 349-364).

3. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmada, Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nin Türkçe ve Sosyal Bilgiler Eğitimi Bölümü, Sosyal Bilgiler Eğitimi Programı'nda öğrenim gören öğretmen adayı öğrencilerin **"savaş"** kavramına ilişkin algılarının ne yönde olduğunu metaforlar aracılığıyla belirlemek amaçlanmıştır. Öğrencilerin "savaş" kavramlarına ilişkin algılarının tespit edilmesi açısından bu kavramı neye benzettikleri, nasıl algıladıkları ve zihinlerinde oluşan imgelerin ortaya çıkarılmasında hangi metaforların kullanıldığı analiz edilmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda şu alt problemlere cevap aranmıştır:

1. Eğitim Fakültesi'nin Türkçe ve Sosyal Bilgiler Eğitimi Bölümü, Sosyal Bilgiler Eğitimi Programı öğrencilerinin **"savaş"** kavramına ilişkin oluşturdukları metaforlar nelerdir?

4. YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmada kullanılan model, araştırmanın örneklemi, veri toplanması ve çözümlenmesi açıklanmaktadır.

4.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı-yapılandırılmış anket formu kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan form, cinsiyet, yaş gibi demografik değişkenler ve katılımcıların **"Savaş… gibidir, çünkü…"** cümlelerinde tamamlamaları istenen iki ayrı bölümden oluşmaktadır. Öğrencilerin forma yazdıkları cevaplar, bu araştırmada temel veri kaynağı olarak kullanılmıştır. Şurası unutulmamalıdır ki; anketler de bir veri toplama aracı olmasına karşılık geçerlik-güvenirlikleri hesaplama ile belirlenememektedir. (Ergin, 1995). Toplanan verilerin analiz edilmesi ve yorumlanmasında nitel araştırma desenlerinden "olgubilim", verilerin değerlendirilmesinde ise

metaforik içerik analizi ve betimsel analiz teknikleri kullanılmıştır. Olgubilim deseni, farkında olunan ama ayrıntılı bir anlayışa sahip olunamayan olgulara odaklanmaktadır. Bireylerin yaşadıkları ortamda karşılaştıkları olgularla ilgili olarak ne algıladıkları ve deneyimlerinin neler olduğu üzerinde durarak olguyla ilgili algısını ortaya koyma çalışmaktadır. Olgubilim, bireylerin tümüyle yabancı olmadığı aynı zamanda da tam anlamını kavrayamadığı olguları araştırmayı amaçlayan çalışmalar için uygun bir araştırma zemini yaratmaktadır (McMillan & Schumacher, 2010; Yıldırım & Şimşek, 2008).

4.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni; 2017-2018 öğretim yılının ikinci yarısında Edirne ilinde bulunan Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Türkçe ve Sosyal Bilgiler Eğitimi Bölümü, Sosyal Bilgiler Eğitimi Anabilim Dalı, Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Programı öğrencilerinden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini Eğitim Fakültesi Türkçe ve Sosyal Bilgiler Eğitimi Bölümü, Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Programı 1.,2.,3.,4. sınıf random seçilerek toplam 155 öğretmen adayı oluşturmaktadır. Öğretmen adayları, "gönüllülük esasına" ve "ulaşılabilirliğe" dayalı olarak belirlenmiştir.

4.3. Araştırma Verilerinin Toplanması

Eğitim Fakültesi'nde Türkçe ve Sosyal Bilgiler Eğitimi Bölümü, Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Programı'nda eğitim alan öğrencilerin **"savaş"** kavramına ilişkin algılarını metaforlar aracılığıyla tespit ederek karşılaştırmak amacıyla, her bir öğretmen adayından "savaş … gibidir, çünkü…" cümlelerini tamamlaması istenmiştir. Bu ibarenin yazılı olduğu boş bir form verilerek bir ders süresi zaman tanınmıştır. Öğretmen adaylarının sadece tek bir metafor üzerinde yoğunlaşarak bu metaforun gerekçesini yazmaları istenmiştir.

4.4. Sınırlılıklar

Araştırma; 2017-2018 öğretim yılı ile, Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi öğrencileri ile, Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Türkçe ve Sosyal Bilgiler Eğitimi Bölümü, Sosyal Bilgiler Eğitimi Anabili Dalı, Sosyal Bilgiler Programı öğrencileri ile, 155 öğrenci ile, araştırma "savaş" kavramlarına ilişkin metafor oluşturma becerisi ile sınırlıdır.

5. BULGULAR VE YORUM

Araştırmanın bu bölümünde öğretmen adaylarının oluşturdukları savaş kavramına ilişkin metaforlar frekans ve yüzde dağılımlarıyla tablolar halinde karşılaştırılmıştır.

Tablo 1. Savaş Metaforik Analizi Frekans ve Yüzde Dağılımı

		f	%				f	%
1	ölüm	9	5,81		15	kötü	4	2,58
2	çatışma	8	5,16		16	avlanmak	3	1,94
3	doğal afet	7	4,52		17	kan	3	1,94
4	kavga	7	4,52		18	kaos	3	1,94
5	bomba	6	3,87		19	kıyamet	3	1,94
6	deprem	6	3,87		20	tsunami	3	1,94
7	hastalık	6	3,87		21	ihtiyaç	2	1,29
8	vahşet	6	3,87		22	kumar	2	1,29
9	ateş	5	3,23		23	mücadele	2	1,29
10	karanlık	5	3,23		24	satranç	2	1,29
11	yıkım	5	3,23		25	silah	2	1,29
12	acı	4	2,58		26	yangın	2	1,29
13	alkol	4	2,58			**diğer**	**42**	**27,10**
14	dram	4	2,58			**toplam**	**155**	**100,00**

Öğretmen adaylarının "savaş" kavramına ilişkin olarak frekansı 2 ve yukarı olmak üzere toplam 26 adet geçerli metafor üretmiş oldukları görülmektedir. Bunlardan en sıklıkla tekrarlanan, en yüksek frekansa sahip olan metaforlar; ölüm (f=9, %5.81), çatışma (f=8, %5.16), doğal afet (f=7, %4.52), kavga (f=7, %4.52), bomba, deprem, hastalık, vahşet (f=6, %3.87), ateş, karanlık, yıkım (f=5, %3.23), acı, alkol, dram, kötü (f=4, %2.58),

avlanmak, kan, kaos, kıyamet, tsunami (f=3, %1.94), ihtiyaç, kumar, mücadele, satranç, silah, yangın (f=2, %1.29), olmuştur. Dolayısıyla, savaş kavramına ilişkin öğretmen adayları tarafından çok sayıda farklı metafor kullanıldığı ifade edilebilir. Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi öğretmen adaylarının savaş kavramına ilişkin üretmiş oldukları metaforlar incelendiğinde genel olarak ***"olumsuz algı içerisinde oldukları"*** anlaşılmaktadır (Tablo 1).

Savaş kavramına ilişkin olarak her biri öğretmen adayları tarafından üretilen 42 metafor bulunmaktadır. Öğretmen adaylarının barış kavramına ilişkin üretmiş oldukları frekansı 1 olan bu metaforlar incelendiğinde genel olarak anlamlı fakat ***"olumsuz algı içerisinde oldukları"*** anlaşılmaktadır (Tablo 2).

Tablo 2. Savaş Metaforik Analizi Frekansı 1 olan Kodlar

		f	%				f	%
1	ailenin kötü çocuğu	1	0,65		23	hayırsız dayı	1	0,65
2	anne	1	0,65		24	iki arabanın son süratle çarpışma	1	0,65
3	Antarktika	1	0,65		25	iplik yumağı	1	0,65
4	askerî oyuncaklarla oynamak	1	0,65		26	it dalaşı	1	0,65
5	aşk	1	0,65		27	karlı dağlar	1	0,65
6	ataerkillik	1	0,65		28	kum saati	1	0,65
7	avantajlı gözükmek	1	0,65		29	kurtuluş savaşı	1	0,65
8	ayrılık	1	0,65		30	kuyu	1	0,65
9	bataklık	1	0,65		31	maç	1	0,65
10	borsa	1	0,65		32	özgürlük için çaba	1	0,65
11	buz	1	0,65		33	sevgisiz bir çocuk	1	0,65
12	canavar	1	0,65		34	son	1	0,65
13	Çanakkale savaşı	1	0,65		35	Suriye	1	0,65
14	çarkların birbirine girmesi	1	0,65		36	tartışma	1	0,65
15	dedikodu	1	0,65		37	tehlike	1	0,65
16	duvar	1	0,65		38	ulusal gelişme önünde büyük bir engel	1	0,65
17	düğün	1	0,65		39	uyuşturucu	1	0,65
18	düzeni bozmak	1	0,65		40	ülkeler içerisindeki büyük olaylar	1	0,65
19	fedakarlık	1	0,65		41	ütopya	1	0,65
20	gemi	1	0,65		42	yollardaki tümsek, çukur	1	0,65
21	güneş	1	0,65			**Toplam**	**42**	**27,10**
22	hasat	1	0,65					

Savaş metaforik analizi frekansı 1 olan kodlar şunlardır: "ailenin kötü çocuğu, anne, Antarktika, askerî oyuncaklarla oynamak, aşk, ataerkillik, avantajlı gözükmek, ayrılık, bataklık, borsa, buz, canavar, Çanakkale savaşı, çarkların birbirine girmesi, dedikodu, duvar, düğün, düzeni bozmak, fedakarlık, gemi, güneş, hasat, hayırsız dayı, iki arabanın son süratle çarpışma, iplik yumağı, it dalaşı, karlı dağlar, kum saati, kurtuluş savaşı, kuyu, maç, özgürlük için çaba, sevgisiz bir çocuk, son, Suriye, tartışma, tehlike, ulusal gelişme önünde büyük bir engel, uyuşturucu, ülkeler içerisindeki büyük olaylar, ütopya, yollardaki tümsek, çukur".

Aşağıda Tablo 3'de öğrenciler tarafından üretilen metaforlara "…çünkü" denilerek verilen cevaplar frekansı 2 ve daha yukarı olanlar yüzdesine göre verilmiştir.

Tablo 3. Savaş Metaforlarının Gerekçeleri ve Frekans Dağılımı

		f	%				f	%
1	ölüm getirir	14	9,03		12	herkes için zararlıdır	3	1,94
2	sonuçları yıkıcıdır	9	5,81		13	kaynakları ele geçirmek içindir	3	1,94
3	acılar getirir	7	4,52		14	ülkelerin çıkarları için yapılır	3	1,94
4	umutsuzluğa sürükler	7	4,52		15	amaçlar uğruna yapılır	2	1,29
5	zarar vericidir	7	4,52		16	anlaşmazlıktan ortaya çıkar	2	1,29
6	çok canlar yakar	4	2,58		17	düzeni yok eder	2	1,29
7	kaos getirir	4	2,58		18	felaket ve yıkımdır	2	1,29
8	kötülük getirir	4	2,58		19	gereksizdir	2	1,29
9	yoksulluk getirir	4	2,58		20	her şeyi alt üst eder	2	1,29
10	çıkarlar uğruna saçılan ölümdür	3	1,94			diğer	68	43,87
11	devletlerarası kavgadır	3	1,94			**toplam**	**155**	**100.00**

Savaş kavramıyla ilişkilendirilen metaforların ilişkilendirilme gerekçeleri hakkında "çünkü ..." soru kalıbıyla alınan açıklamaların frekans ve yüzde dağılımı incelendiğinde en sıklıkla tekrarlanan, en yüksek frekansa sahip olan gerekçeler; ölüm getirir (f=14, %9.03), sonuçları yıkıcıdır (f=9, %5.81), acılar getirir, umutsuzluğa sürükler, zarar vericidir (f=7, %4.52), çok canlar yakar, kaos getirir, kötülük getirir, yoksulluk getirir (f=4, %2.58), çıkarlar uğruna saçılan ölümdür, devletlerarası kavgadır, herkes için zararlıdır, kaynakları ele geçirmek içindir, ülkelerin çıkarları için yapılır (f=3, %1.94), amaçlar uğruna yapılır, anlaşmazlıktan ortaya çıkar, düzeni yok eder, felaket ve yıkımdır, gereksizdir, her şeyi alt üst eder, (f=2, %1.29). Adayların genel olarak *"çok olumsuz algı içerisinde oldukları"* anlaşılmaktadır (Tablo 3).

Aşağıda Tablo 4'de öğrenciler tarafından üretilen metaforlara "…çünkü" denilerek verilen cevaplar frekansı 1 olanlar alfabetik sıra ile verilmiştir. Savaş kavramına ilişkin olarak her biri sadece bir öğretmen adayı tarafından üretilen 68 metafor bulunmaktadır. Öğretmen adaylarının savaş kavramına ilişkin üretmiş oldukları frekansı 1 olan bu metaforlar incelendiğinde öğretmen adayların genel olarak yine *"çok olumsuz algı içerisinde oldukları"* anlaşılmaktadır (Tablo 4).

Tablo 4. Savaş Metaforlarının Gerekçeleri ve Frekansı 1 olan Kodlar Dağılımı

		f	%				f	%
1	akıllı olan kazanır	1	0,65		36	küçük insanlar kaybeder, büyükler kazanır	1	0,65
2	anlamsızdır	1	0,65		37	orantısız düşmanlıktır	1	0,65
3	ardında sorunlar bırakır	1	0,65		38	önce güçsüz ve fakiri yok eder	1	0,65
4	aşkta egemenlik vardır	1	0,65		39	önemsizler öne sürülür	1	0,65
5	ateş eden kazanır	1	0,65		40	önüne geçilmelidir	1	0,65
6	bir millet için savaş ölümdür	1	0,65		41	özgürlüğü artırmak için yapılır	1	0,65
7	bir milleti, derinden etkiler	1	0,65		42	sadece katliamdır	1	0,65
8	bir tarafın kaybettiği anlamsız bir kavga	1	0,65		43	sahip olmak için ölmek ve öldürmektir	1	0,65
9	bir yer dolar, bir yer boşalır	1	0,65		44	savaş olmadan barış olmaz	1	0,65
10	birbirlerini sevmezler	1	0,65		45	savaş, mutlaka yapılır	1	0,65
11	bütün olumsuzlukları barındırır	1	0,65		46	savaş, Türk'ün düğünüdür	1	0,65
12	derinden etkiler	1	0,65		47	savaşa maruz kalınır	1	0,65
13	doğru hamleler ile rakibi alt etmektir	1	0,65		48	savaşan değil, savaştıran kazanır	1	0,65
14	duygu ve içgüdülere dayanır	1	0,65		49	savaşı normalleştirir	1	0,65
15	düşüncesizce saldırıdır	1	0,65		50	savaşlar, devletleri yıpratır	1	0,65
16	emperyalist amaçlar ile savaşmak insanlık ayıbıdır	1	0,65		51	savaşta bir taraf daha avantajlıdır	1	0,65
17	güneş, herkes için doğar	1	0,65		52	savaşta her şey vardır	1	0,65
18	hayatını devam ettirmek için avlanılabilir	1	0,65		53	savaşta iki taraf da çok zarar görür	1	0,65
19	her çeşit duyguyu yaşatır	1	0,65		54	sonuçları, onu çağrıştırır	1	0,65
20	herkes ağır darbeler alır	1	0,65		55	tehlike, savaşı getirir	1	0,65
21	hiçbir zaman ders almadığımız bir dram piyesidir	1	0,65		56	tüm insanî duyguları unutturur	1	0,65
22	içinden çıkılması zordur	1	0,65		57	unutulmaz bir savaştır	1	0,65
23	iki veya daha fazla unsurun savaş haline geçmesi	1	0,65		58	ürkünçtür	1	0,65
24	iki veya daha fazla ülkenin mücadele etmesidir	1	0,65		59	üstesinden gelmek zordur	1	0,65
25	insanları sevdiklerinden koparır	1	0,65		60	üstünlük çabası	1	0,65
26	iyi ya da kötüdür	1	0,65		61	vazgeçmesi zordur	1	0,65
27	kabuğunu kopardıkça kanamaya devam eder	1	0,65		62	yalnızca kumarhane kazanır	1	0,65
28	kaçınılmaz olabilir	1	0,65		63	yaydan çıkınca dönüşü olmaz	1	0,65
29	karanlığa götürür	1	0,65		64	yenilgi, galibiyet ve ölüm getirir	1	0,65
30	karşılıklı mücadele	1	0,65		65	yumak düğümlenince savaş olur	1	0,65
31	kayıp ve memnuniyetsizlik getirir	1	0,65		66	zamanı gelince yapılır	1	0,65
32	kazanan ve kaybeden vardır	1	0,65		67	zıtlıkların çarpışmasıdır	1	0,65
33	kendi neslini aptalca yok etmektir	1	0,65		68	zor bir dönemdir	1	0,65
34	kimseye bir faydası dokunmaz	1	0,65			**toplam**	**68**	**43.87**
35	korkutur ve yok eder	1	0,65					

6. SONUÇ VE TARTIŞMA

Öğretmen adaylarının tarih eğitimi esnasında belli olgulara ilişkin sahip oldukları zihinsel imgeleri açığa çıkarmada, anlamada ve değiştirmede metaforlar "pedagojik araç" olarak kullanılabilir.

Savaş ve barış başlangıçtan beri insanoğlunun ayrılmaz bir parçası olmuştur. İnsanoğlu tabiat ile mücadelesinde büyük başarıya ulaşmış, birçok ölümcül hastalığı yenmiş fakat "öldürme" davranışına bir çözüm bulamamıştır. Bazı psikologlara göre insanın en büyük düşmanı yine kendisidir.

Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Türkçe ve Sosyal Bilgiler Eğitimi Bölümü, Sosyal Bilgiler Eğitimi Programı'nda öğrenim gören öğretmen adayı öğrencilerin "barış" kavramına ilişkin algılarının ne yönde olduğunu metaforlar aracılığıyla belirlemek amacı ile yapılan bu çalışmada 155 öğretmen adayı tarafından toplam 68 metafor oluşturulduğu anlaşılmıştır.

Bu çalışmada öğrencilerin savaş kavramlarına ilişkin algılarının tespit edilmesi açısından bu kavramı neye benzettikleri, nasıl algıladıkları ve zihinlerinde oluşan imgelerin ortaya çıkarılmasında hangi metaforların kullanıldığı analiz edilmiştir. Öğretmen adayları savaş kavramına ilişkin olarak birbirinden çok farklı metafor üretmişlerdir.

Öğretmen adaylarının "savaş" kavramına ilişkin olarak frekansı 2 ve yukarı olmak üzere toplam 26 adet geçerli metafor üretmiş oldukları görülmektedir. Bunlardan en sıklıkla tekrarlanan, en yüksek frekansa sahip olan metaforlar; ölüm, (9), çatışma (8), doğal afet, (7), kavga (f=7, %4.52), bomba, deprem, hastalık, vahşet (6), ateş, karanlık, yıkım (5), acı, alkol, dram, kötü (4), avlanmak, kan, kaos, kıyamet, tsunami (3), ihtiyaç, kumar, mücadele, satranç, silah, yangın (2), olmuştur. Dolayısıyla, savaş kavramına ilişkin öğretmen adayları tarafından çok sayıda farklı metafor kullanıldığı ifade edilebilir. Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi öğretmen adaylarının savaş kavramına ilişkin üretmiş oldukları metaforlar incelendiğinde genel olarak *"olumsuz algı içerisinde oldukları"* anlaşılmaktadır. Öğretmen adaylarının savaş kavramına ilişkin üretmiş oldukları frekansı 1 olan 42 metafor bulunmaktadır.

Elde edilen verilerden hareketle, savaş kavramının açıklanabilmesi için tek bir metafor yerine birbirinden farklı pek çok metaforun kullanılması, savaş kavramının daha anlaşılabilir bir hale getireceği söylenebilir. Sosyal Bilgiler Eğitimi Programı öğretmen adaylarının savaş kavramına ilişkin geliştirdikleri metaforların çok büyük bir kısmı olumsuzdur.

Savaşlar doğası gereği tarih biliminde en fazla yer tutan kavramlar arasındadır. Türkiye'deki akademik tarihçilikte pek çok savaşa dair ayrıntılı bilgiler bulmaktayız. Savaş kavramı hakkında pek çok akademik çalışma mevcuttur. Fakat uygulamalı çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu alanda uygulamalı çalışmalar yapılmasının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu uygulamalı çalışmalar yapılırken savaşların değişen yapısının, ***"iç savaşların"*** ve ***"terör olaylarının"*** dünyada *"yeni bir savaş modeli"* olduğunu araştırıcıların göz önünde bulundurması gerekir. Günümüzde "iç savaşlar" ve "terör eylemleri" insanlığın en büyük problemlerinin başında gelmektedir. Komşu ülkelerde yaşanan savaşlar kitle iletişim araçları vasıtasıyla ülkemizde de takip edilmekte ve bu savaşlar Türkiye'de yaşayan insanları da etkilemektedir. Bu nedenlerle savaş ve barış konularındaki çalışmaların sayısı arttırılmalıdır (Şehirli, 2017:349-364).

Savaş ve barış kavramları ile ilgili olarak son zamanlarda *"barış eğitimi"*ne yönelik çalışmaların artmış olduğu ve bu konudaki farkındalıkların arttırılmaya çalışıldığı görülmektedir (Kanatlı & Schreglmann, 2017).

Barış ve barış eğitimi konusunda şu önerilerde bulunabiliriz (Öztaşkın, 2014):

Barışa yönelik bilgi, beceri ve tutum geliştirmenin dünya sorunlarına daha duyarlı ve çözüme katılımcı bireyler kazandıracağı bilinmelidir. Barış eğitimi, amaç ve konuları ile uyumlu olacak şekilde, tüm eğitim kademelerine, öğretim programlarına ve öğrenme alanlarına dâhil edilmelidir. Okul ve sınıf ortamı, eşitlikçi, şiddetten uzak, demokratik, şeffaf, adil, katılımcı ve eleştirel düşünceyi teşvik edici olmalıdır (Şehirli, 2017:361-362).

KAYNAKÇA

Akad M., T. (2011). *Modern Savaşın Temel Kavramları,* İstanbul: Kitap Yayınevi.

Akad, M., T. (2011). *20. Yüzyıl Savaşları,* İstanbul: Kastaş Yayınları.

Aktaş, Ö. & Safran, M. (2013). "Ortaöğretim Öğrencilerinin Savaş ve Barış Kavramı ile İlgili Düşüncelerinin Çeşitli Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi", *Turkish Studies*, Volume 8/8 Summer, 2013, p. 1587-*1619.*

Aktaş, Ö. & Özmen, A. (2013). "Savaş Kavramı Üzerine Üniversite Öğrencilerinin Görüşleri (Kafkas Üniversitesi Örneği)", *Atatürk Üni., Sosyal Bil. Ens. Dergisi*, C.17, Sayı:1, 2013, s.35-55.

Akyol, C. (2015). "Sekizinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Bilgiler Dersindeki Barış Eğitimi Algılarının İncelenmesi", *Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Arslan, M. M. & Bayrakçı, M. (2006). "Metaforik Düşünme ve Öğrenme Yaklaşımının Eğitim-Öğretim Açısından İncelenmesi", *Milli Eğitim Üç Aylık Eğitim ve Sosyal Bilimler Dergisi* , 171, 100 - 106.

Bayat, M. (1985). "Harp ve Sulh (III)", *Belgelerle Türk Tarihi Dergisi*, sayı 5, Temmuz, 66-73.

Clarken, R.H, (1997). Five Metaphors for Barash, D. P., & Webel, C. P. (2014). *Peace and conflict studies* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE.Educators, American Educational Research Association, Chicago.

Belge, M. (2011). *Militarist Modernleşme*, İstanbul: İletişim Yayınları.

Beşikçi, M. (2010). "Son Dönem Osmanlı Harp Tarihi Ve Topyekûn Savaş Kavramı", *Toplumsal Tarih Dergisi,* Haziran, 198, 62-69.

Calleja, J. (1994). Alternative Trends To Peace-Building, Msida: Gutenberg Press.

Çelikten, M., (2006). "Kültür Ve Öğretmen Metaforları", *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* Sayı: 21 Yıl: 2006/2, Kayseri.

Eckhardt, C. C. (1917). *War and Peace In The Light Of History. History Teacher's Magazine*, 8 (2), February, 43-46.

Ergin, D. Y. (1995). "Ölçeklerde Geçerlik ve Güvenirlik", İstanbul: Marmara. Üni. *Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi,* Sayı:7, s. 125-148.

Ergin, D. Y. & Beyoğlu, A. (2017). "Metaphorical Perceptions of Students in Education Departments on the Concept of Location", *IV. IBANESS International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series,* Russe- Bulgaria April 8-9, 2017.

From, E. (2011). *İnsanda Yıkıcılığın Kökenleri (Çev. Ş. Alpagut),* İstanbul: Payel Yayınları. (Eserin orijinali 1973 yılında yayımlandı).

Grotius, Hugo (2011). *Savaş ve Barış Hukuku. (Çev. S. L. Meray).* İstanbul: Kurtiş Matbaası. (Eserin orijinali 1625 yılında yayımlanmıştır).

Güven B. & Güven, S. (2009). "İlköğretim Öğrencilerinin Sosyal Bilgiler Dersinde Metafor Oluşturma Becerilerine İlişkin Nicel Bir İnceleme", *Kastamonu Eğitim Dergisi*, Cilt:17 No:2, Kastamonu.

İbn Haldun. (1989). *Mukaddime,* cilt II. (Çev. Z. K. Urgan). Ankara: Maarif Basımevi.

Levine, P. M. (2005). *Metaphors and Images of Classrooms*, Kappa Delta Pi Record, v:41,n:4, İndianapolis.

Kanatlı, F. & Schreglmann Sinan (2017). "İlkokul ve Ortaokul Öğrencilerinin Savaş ve Barış Kavramlarına Yönelik Metaforik Algıları", *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergis*i, 2017, Cilt: 14, Sayı: 37, s. 127-146.

Kyrle, E M. (1936). *The Development Of War.* In T.W. Mitchel (Ed), The British Journal of Medical Psycholog, *XV* (pp. 219-225).

Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). Metaphors we live byIL: University ofChicago Press. Chicago.

McMillan, J. H. & Schumacher, S. (2010). *Research in education: Evidence-based inquiry* (7th Edition), London: Pearson.

Morgan, G. (1998). *Yönetim ve Örgüt Teorilerinde Metafor, (Çeviren: G. Bulut),* MESS Yayın No:280, İstanbul.

Montaigne (2006). *Denemeler (Çev. S. Eyüboğlu),* Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Ocak, G.& Gündüz, M. (2006). "Eğitim Fakültesini Yeni Kazanan Öğretmen Adaylarının Öğretmenlik Mesleği Dersini Almadan Önce ve Aldıktan Sonra Öğretmenlik Mesleği Hakkındaki Metaforlarının Karşılaştırılması", *AKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:.VI (I), Sayı:2, Afyon.

Özdal, A. (2008). *Türklerin Savaş Sanatı,* İstanbul: Doruk Yayımcılık.

Öztaşkın, Bektaş Ö. (2014). **"**Barışa Yönelik Tutumlar ve Günümüz Dünya Sorunlarına Yönelik Tutumlar Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", 2014, *Turkish Journal of Education*,Volume 3.

Page, J. S. (2000). *Can History Teach Us*. Peace Review, 12(3), 441-448.

Ruelland, J. G. (2004). *Kutsal Savaşlar Tarihi,* İstanbul: İletişim Yayınları.

Safran M. & Ata, B. (1996). "Barışçı Tarih Öğretimi Üzerine Çalışmalar: Türkiye'deki Tarih Ders Kitaplarında Yunanlılara İlişkin İfadelere Yönelik Öğrenci Görüşleri", *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi,* 1, s. 11-26.

Şehirli, Y. A. (2017). "Savaş ve Barış Kavramlarına İlişkin Sınıf Eğitimi Öğretmen Adaylarının Metaforik Algıları", *I. Uluslararası Savaş ve Kültür Sempozyumu,* Amasya Üni. ve KIBATEK (Kıbrıs Balkanlar Avrasya Türk Edebiyatları Kurumu), 17-19 Kasım 2017, Amasya. Aralık 2017, ISBN 978-605-4598-32-8, s. 349-364.

Tolstoy, Lev (2010). *Savaş ve Barış*, Cilt I, İstanbul: Can Yayınları.

Tonybee, A. (1997). *Savaş ve Uygarlık* (Çev. M. Dündar), Ankara: Ürün Yayınları. (Eserin orijinali 1950 yılında yayımlanmıştır).

Uşaklı, B. (2008). *Savaşın Dönüşümü ve Teknoloji,* Ankara: Lalezar Kitabevi.

Veysal, Ç. (2006). *Savaşın Felsefesi*, İstanbul: Etik Yayınları.

Wells, K. (2009). *Childhood in a Global Perspective*, Cambridge: Polity Press.

Yalçınkaya, H. (2008). *Savaş ve Uluslararası İlişkilerde Güç Kullanımı*, Ankara: İmge Yayınevi.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yay.

Yob, I. M. (2003). Thinking constructively with metaphors. *Studies in Philosophy and Education, 22,* 130.

Tarımda Mekanizasyon Kullanım Etkinliğinin Belirlenmesi

Prof. Dr. Zeki BAYRAMOĞLU[1] **Prof. Dr. Cennet OĞUZ[1]**

Zir. Yük. Müh. Kemalettin AĞIZAN[1] ***Zir. Yük. Müh. Süheyla AĞIZAN[1]**

[1] Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü/KONYA

*Sorumlu yazar: agizansuheyla@gmail.com

Özet: Dünya'da nüfus artışı ile birlikte gelişmiş ülkelerde sosyo ekonomik refahın göstergesi olan tüketim çeşitliliği tarım ürünlerine olan talebi artırmıştır. Artan talebin karşılanması için gerçekleştirilecek üretim artışının iki kaynağı vardır. Birincisi tarım alanlarının genişletilmesi ve ikincisi birim alandan daha fazla verim elde etmektir. Ekilebilir tarım arazilerinin son sınırlara ulaştığı ülkelerde artan talebi karşılamak için birim alanda yoğun girdi kullanımı olarak tanımlanan entansif tarım gereklidir. Entansif tarımın bileşenleri, kimyasal girdi, kalifiye işgücü, yüksek kapasiteli üretim materyali ve mekanizasyon kullanımıdır. Özellikle mekanizasyon kullanımı birim alanda verimlilik üzerine etkilidir. Mekanizasyon kullanımı işgücü verimliliğini ve diğer kaynakların kullanım etkinliğini artırmaktadır. Tarımsal mekanizasyon tek başına teknolojik bir girdi değildir ve diğer tarım teknolojisi uygulamalarından farklı olarak verim artışını doğrudan etkilemez. Diğer teknolojik uygulamaların etkinliğini arttırmak ve çalışma koşullarını iyileştirmek açısından önemli tamamlayıcı bir öğedir.

Türkiye'de tarımsal faaliyetler mevsimsel olduğu için tarımsal faaliyetlerin yoğun olmadığı dönemlerde alet ve makineler âtıl kalmaktadır. Ayrıca tarım arazilerinin küçük parsellerden oluşması ve parsellerin dağınık olması tarımsal mekanizasyon araçlarının kullanımındaki etkinlik düzeyini oldukça azaltmaktadır. Bu durumda mekanizasyon sermayesine ait sabit masraflar üretim masraflarını artırmakta ve üretici gelirini olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle mekanizasyon kullanımının etkinliği önemlidir. Bu amaca yönelik olarak çalışma kapsamında Konya ili Altınekin, Çumra ve Karapınar ilçelerinde 107 tarım işletmesinden anket yolu ile elde edilen veriler doğrultusunda mekanizasyon kullanımının etkinliği araştırılmıştır. Etkinlik analizlerinin yapılmasında Veri Zarflama Analizi kullanılmıştır. İncelenen işletmelerde mekanizasyon kullanımında etkinsizlikler belirlenmiş olup, bu etkinsizliklerin üretim masraflarını arttırdığı ve üretici gelirini olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bölgede faaliyet gösteren üreticiler başta olmak üzere, bu çalışma sonuçları ve daha önce yapılan benzer çalışma sonuçları dikkate alındığında Türkiye tarım işletmelerinin mekanizasyon kullanımında etkinsizliğin yaygın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle bölgesel ve ülkesel olarak mekanizasyon kullanım etkinliğine yönelik politikaların geliştirilmesi gerekmektedir. Bu sonuçlara göre küçük işletme ölçeğindeki işletmelerin ortak mekanizasyon kullanım davranışlarının geliştirilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tarımsal Mekanizasyon, Mekanizasyon Kullanımı, Etkinlik, Teknik Etkinlik, VZA

1. GİRİŞ

Dünya'da nüfus artışı ile birlikte gelişmiş ülkelerde sosyo ekonomik refahın getirisi olan tüketim çeşitliliği tarım ürünlerine olan talebi artırmıştır. Artan talebin karşılanması için gerçekleştirilecek üretim artışının iki kaynağı vardır. Birincisi tarım alanlarının genişletilmesi ve ikincisi birim alandan daha fazla verim elde etmektir. Ekilebilir tarım arazilerinin son sınırlara ulaştığı ülkelerde artan talebi karşılamak için yoğun girdi kullanımı yani entansif tarım gereklidir. Entansif tarımın bileşenleri, kimyasal girdi, kalifiye işgücü, yüksek kapasiteli üretim materyali ve mekanizasyon kullanımıdır. Özellikle mekanizasyon kullanımı birim alanda verimlilik üzerine etkilidir. Mekanizasyon kullanımı işgücü verimliliğini ve diğer kaynakların kullanım etkinliğini artırmaktadır. Bu durum ülkeleri tarım teknolojilerini geliştirerek, birim alandan daha fazla ürün almaya zorlamıştır. Mekanizasyon faaliyetlerinin artmasıyla birlikte küresel boyutta insan ve hayvan gücünün yerini mekanik güç almıştır. Tarımsal mekanizasyonun yaygın olarak kullanılmasıyla tarımsal faaliyetler daha çabuk uygulanmış, elverişli alanlar tarıma açılmış ve sulanan araziler genişletilmiştir. Ayrıca toprak daha iyi işlenir hale getirilmiştir. Bunların sonucunda ürünün kalitesi ve verimi artmıştır.

Tarımsal mekanizasyon; tarımsal alanların geliştirilmesi, her türlü üretimin yapılması ve ürünlerin temel değerlendirme işlemlerinin gerçekleştirilmesi amacıyla ileri üretim teknolojilerinin gereği olarak kullanılan her türlü enerji kaynağı ve mekanik güç kullanılarak çalıştırılan değişik tip araç ve gereç ile tarım alet ve makinalarının; tasarımı, yapımı, geliştirilmesi, pazarlanması, yayımı, eğitimi, işletilmesi, kullanımı, tamir-bakım ve korunmasına yönelik faaliyetleri kapsayan bir bilim dalıdır.

Tarımsal mekanizasyon tek başına teknolojik bir girdi değildir ve diğer tarım teknolojisi uygulamalarından farklı olarak verim artışını doğrudan etkilemez. Diğer teknolojik uygulamaların etkinliğini arttırmak, ekonomikliğini sağlamak ve çalışma koşullarını iyileştirmek açısından önemli tamamlayıcı bir öğedir (Culpin, 1975; Bölükoğlu, 1982; Darga, 1989). Gelişmiş ülkelerde tarımsal mekanizasyon, tarımsal üretim girdileri içerisinde en büyük

enerji girdisi iken, gelişmekte olan ülkelerde gübreden sonra ikinci sırada yer almaktadır (Gifford, 1986; Tezer ve Sabancı, 1987). İşletme giderleri açısından ise tarım işletmelerinde mekanizasyon düzeyindeki artışa bağlı olarak makine giderlerinin, sermaye ve toplam üretim giderleri içerisindeki oranının %50'lere ulaştığı belirtilmiştir(Edwards ve Boehlje, 1980; Işık ve Sabancı, 1987).

Bir bölgedeki ürün çeşitliliği, arazi varlığı, arazi mülkiyet durumu, üretim miktarı, üretim maliyetleri, işgücü durumu, istihdam olanakları, teknoloji benimseme düzeyi ve döviz kuru bölgenin mekanizasyon düzeyinin etkilemektedir(Sındır, 1993).

Türkiye'de tarım işletmeleri bölgeler itibariyle toprak yapısı, arazi genişliği, ürün çeşitliliği, verimlilik vb. bakımından farklılık göstermelerine rağmen tarımsal faaliyetler mevsimseldir. Bu nedenle tarımsal faaliyetlerin gerçekleştirilmediği dönemlerde tarımsal alet ve makineler âtıl durumdadır. Ayrıca işletmelerdeki mevcut alet ve makineler genellikle tek traktöre bağlı olarak çalışmaktadırlar. Üretim aşamasında işlerin aksamaması için traktör gücünün işletme şartlarına göre seçilmesi gerekmektedir. Eğer traktör gücü ve sayısı işletmenin ihtiyaçlarını karşılamazsa tarımsal üretimde işlerin birbirlerine bağlı olmaları nedeniyle işler aksar ve zamanında yapılamaz(Göksu ve ark. 2005).

Türkiye'de 2016 yılında toplam traktör varlığı 1.758.303 adet olup %46,4'ü ekonomik ve mekanik ömrünü doldurmuş traktörlerden oluşmaktadır. 1000 ha alana düşen traktör varlığı 45 adet olup traktör başına düşen arazi varlığı 26 ha'dır. Ortalama traktör gücü 60 BG, 1 ha alana düşen traktör gücü 1,68 kW ve traktör başına düşen ekipman varlığı 5,2 adettir (İleri, 2018). Evcim ve arkadaşları "Tarımsal Mekanizasyon Durumu, Sorunları ve Çözüm Önerileri" adlı çalışmalarında Türkiye traktör yoğunluğunun Dünya ortalamasının üzerinde olduğunu fakat gelişmiş ülkelerin değerlerinin gerisinde olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca tarımsal yapının elverişsizliği nedeniyle mekanizasyon etkinliğinin düşük olduğunu tespit etmişlerdir. Etkinliği arttırmak makinayı doğru kullanmak, makina kullanımı etkinleştirmek, makineleri tam kapasite çalıştırılmak ve "Ortak Makina Kullanımı" ile sağlanabilir.

Tarımda mekanizasyon kullanımının artması ülkelerin sektörel ekonomik dengeleri üzerinde etkili olmaktadır. Ayrıca mekanizasyon kullanımının yaygınlaşması tarımsal üretim etkinliğini artırmaktadır. Tarımsal mekanizasyon faaliyetlerinin üretim alanlarındaki etkinliğini belirleyebilmek için tarımsal işletmeler arasında karşılaştırmalar yapılarak elde edilen verilerin değerlendirilmesi gerekmektedir.

Bu çalışma ile Konya ili Altınekin, Çumra ve Karapınar ilçelerinde faaliyet gösteren 107 adet tarım işletmesinin üretim faaliyetlerinin, sermaye yapılarının ve yıllık faaliyet sonuçlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca incelenen işletmelerin mevcut alet makine varlıklarının, üreticilerin makine kullanım yetilerinin ve mevcut makinelerin kullanım etkinliklerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Amaçlar doğrultusunda incelenen işletmelerdeki mevcut alet-ekipmanların kullanım etkinleri belirlenmiş ve işletmelerin tarımsal mekanizasyon sorunları tespit edilerek çözümler sunulmuştur.

2. MATERYAL VE METOT

Çalışmada yer alan veriler, birincil ve ikincil veri kaynaklarından derlenmiştir. Birincil veriler 2015 yılı üretim dönemine ait olup anket uygulaması ile elde edilmiştir. Ankette yer alan sorular önceden yapılmış çalışmalardan yararlanılarak hazırlanmıştır. Bu sorular aracılığıyla araştırma bölgesinde yer alan işletmelerin ekonomik özellikleri, tarımsal mekanizasyon kullanım etkinlikleri ve işletmelerin kârlılıkları belirlenmiştir. İkincil veriler ise konu ile ilgili çeşitli kurum/kuruluşların (TÜİK, FAO, vb) istatistiklerinden ve raporlarından elde edilmiştir.

Araştırma alanının seçiminde Konya ilinin tarımsal alet ve makine varlığı dikkate alınmıştır. Konya ilindeki toplam tarımsal alet ve makine varlığının %24,73'ünü Karapınar, Çumra ve Altınekin ilçeleri oluşturmaktadır. Bu 3 ilçe tarımsal mekanizasyon kullanımı yoğun olması nedeniyle araştırma alanı olarak belirlenmiştir.

Çalışma kapsamında ana çerçeveden örnek çekmede tabakalı tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Tabakalı tesadüfi örnekleme yöntemine göre çalışılacak örnek sayısı aşağıdaki formül kullanılarak hesaplanmıştır (Yamane, 1967).

$$n = \frac{(\Sigma\, Nh.\, Sh)^2}{N^2.D^2 + \Sigma\,(Nh.Sh^2)} \qquad D^2 = d^2/z^2$$

Formülde;

n : Örnek sayısı, N : Popülasyondaki işletme sayısı,

Nh : h'ıncı tabakadaki işletme sayısı,
Sh : h'ıncı tabakanın varyansı,
d : Popülasyon ortalamasından izin verilen hata payı,
z : Hata oranına göre standart normal dağılım Tablosundaki z değerini ifade etmektedir.

Örnek hacminin belirlenmesinde % 5 hata payı, % 95 güven sınırları içerisinde çalışılmıştır. Belirlenen örnek hacminin tabakalara dağıtılmasında aşağıdaki formül kullanılmıştır (Yamane, 1967).

$$n = \frac{N_h S_h * n}{\Sigma N_h S_h}$$

Konya ilinde(Altınekin, Çumra ve Karapınar ilçeleri) tarımsal mekanizasyon kullanım etkinliğini belirlemek amacıyla tabakalı tesadüfi örnekleme yöntemine göre 107 tarım işletmesi örneğe seçilmiştir. Örneğe seçilen işletmeler arazi genişliklerine göre 4 tabakaya ayrılmıştır. 1. tabaka 0-50 da arazi genişliğine sahip 6 işletmeden, 2. tabaka 51-100 da arazi genişliğine sahip 11 işletmeden, 3. tabaka 101-150 da işletme genişliğine sahip 23 işletmeden ve 4. tabaka 150 dekardan fazla arazi genişliğine sahip 67 işletmeden oluşmaktadır.

İşletmelerde nüfus; yaş, cinsiyet ve eğitim durumlarına göre incelenmiştir. İşletmelerde bulunan nüfus mevcut erkek işgücü hesaplanırken, erkek işgücü birimi (EİB) olarak verilmiştir. Erkek işgücü birimine çevirmede, nüfusun cinsiyet ve yaş gruplarına göre işgücü başarılarını yansıtan katsayılar kullanılmıştır (Açıl ve Demirci, 1984, Erkuş vd. 1995). İşletmelerin yıllık faaliyet sonuçlarının analizinde; gayrisafi üretim değeri (GSÜD), gayrisafi hâsıla (GSH), işletme masrafları, brüt kar, saf hâsıla, tarımsal gelir, aile geliri ve rantabilite gibi göstergeler hesaplanmış ve saptanan sonuçlar değerlendirilmiştir.

İşletmelerde gayrisafi üretim değeri, tarımsal faaliyet sonucunda elde edilen bitkisel ve hayvansal ürün miktarlarının, çiftçi eline geçen ürün fiyatları ile çarpılması ile bulunan değere, bitki ve hayvan sermayesindeki prodüktif değer artışlarının ilave edilmesi ile saptanmıştır (Açıl ve Demirci 1984). Ayrıca işletmede üretilip işletmede kullanılan saman ve gübre gibi yan ürünler tekerrür yapılmaması açısından GSÜD içerisinde yer almamıştır (Erkuş ve Demirci 1985).

Gayrisaf hâsıla ise, gayri safi üretim değerine işletme dışı tarımsal gelir ve ikamet edilen konutların kira karşılıklarının ilave edilmesi ile bulunmuştur. Konut kira karşılığının belirlenmesinde, cari kira değeri ile bina değeri arasındaki ilişkinin incelenmesi gerekmektedir. Araştırmada taş ve betonarme binalarda bina değerinin % 5'nin, kerpiç ve ahşap binalarda ise bina değerinin % 10'unun kira karşılığı olarak alınması uygun görülmüştür ((Dağlıoğlu, 2005). İşletme dışı tarımsal gelirin hesaplanmasında ise işletmecinin beyanı esas alınmış olup, işletmeye ait alet ve makine ile aile işgücünün, işletme dışındaki tarımsal işlerde çalışmaları karşılığında elde ettikleri gelirin toplamından oluşmaktadır. İşletmelerde tarımsal faaliyetler için yapılan toplam işletme masrafları sabit ve değişken masraflardan oluşmaktadır. Bitkisel ve hayvansal üretim için ayrı ayrı saptanmıştır.

Etkinlik; tarım işletmelerinin belirlenen amaçlarına ulaşması için kullanılan girdilerin(işçilik, alet-ekipman varlığı, arazi genişliği vb.) amaçları karşılama da ne denli etkin olduklarını gösteren değerlendirme kriteridir. Ayrıca gerçekleşen performansın önceden belirlenen yani olması gereken performansa ne ölçüde yaklaştığını/yaklaşmadığını gösterir.

$$Etkinlik = \frac{Çıktıların\ Ağırlıklı\ Toplamı}{Girdilerin\ Ağırlıklı\ Toplamı} = \frac{u_1 Y_{1j} + u_2 Y_{2j} + \cdots + u_s Y_{sj}}{v_1 X_{1j} + v_2 X_{2j} + \cdots + v_m X_{mj}}$$

Formülde;
u_s: s. çıktının ağırlığı
Y_{sj}: j. birimin s. çıktısının miktarı
v_m: m. girdinin ağırlığı
X_{mj}: j. birimin m. girdisinin miktarı

İncelenen işletmelerde mekanizasyon kullanım etkinliği teknik etkinlik ile ölçülmüştür. Teknik etkinlik belli bir miktar girdi ile maksimum üretim miktarına ulaşma yeteneğini göstermektedir(Farrell, 1957).

Etkinlik ölçen teknikler; oran analizi, regresyon analizi ve veri zarflama analizi(VZA) altında toplanmaktadırlar(Öncel ve Şimşek, 2011). Bu çalışmada mekanizasyon kullanım etkinliğini belirlemek amacıyla VZA kullanılmıştır.

VZA non-parametrik analiz yöntemi olup çoklu girdi ve çoklu çıktının kullanılmasına imkân sağlamaktadır. Homojen özellikte olan karar verme birimlerinin kullandıkları girdileri hangi etkinlik derecesinde çıktıya dönüştürdüğünü tespit eden, doğrusal programlama yaklaşımını esas alan analiz yöntemidir. Ayrıca VZA ile girdi-çıktı arasındaki ilişkiyi ifade eden etkinlik skorları elde edilmekte ve kaynakların daha etkin kullanılması amacıyla girdilerin-çıktıların ayarlanması mümkündür. Elde edilen skor en iyi performansı gösteren karar

vericilerin durumuna göre incelenen diğer karar vericilerin etkinliği hakkında bilgi verir. Etkin ve etkin olmayan karar birimlerini birbirinden ayırırken etkin olmayan karar birimlerinin etkin hale gelebilmeleri için en uygun referans kümesini belirler ve nasıl etkin olabilecekleri konusunda karar vericilere yön verir. Analiz sonucunda etkin çıkan karar verici birimler sadece incelenen işletmeler arasında ve girdi-çıktı bakımından etkin kabul edilirler (Göngür ve Demirgil, 2005, Tosun ve Aktan, 2010). VZA'da teknik etkinlik, saf teknik etkinlik ve ölçek etkinliği olmak üzere birbirinden ayrık iki bileşene ayrılmıştır. Bu ayrılma kaynaklardaki etkinsizliğin nedenini anlamaya olanak sağlamaktadır. Saf teknik etkinlik ölçümü, ölçeğe göre değişken getiri varsayımı altında etkin sınır tahminlemesi yapılarak bulunabilir. Bu ölçek etkinliği olmadan teknik etkinliğin ölçüsüdür ve üretim sürecinde girdileri düzenlemek için yönetimsel performansı yansıtmaktadır. Teknik etkinliğin saf teknik etkinliğe oranı ölçek etkinliğini vermektedir. Ölçek etkinliğinin ölçümü, optimum kaynak büyüklüğünü seçmek için yönetim yeterliliğini sağlamaktadır (Kumar ve Gulati, 2008: 35). Uygun ölçek seviyesinde üretimin gerçekleştirilmesinde gösterilen başarı seviyesi ölçek etkinliği olarak ifade edilebilmektedir (Gökgöz, 2009: 17).

VZA'da yer alan CCR ve BCC modelleri diğerlerine göre daha fazla kullanılmaktadır. CCR modeli 1978 yılında Charnes, Cooper ve Rhodes tarafından ortaya konulmuştur. Model ölçeğe göre sabit getiri varsayımına sahiptir. BCC modeli ise 1984 yılında Banker, Charnes ve Cooper tarafından ortaya konulmuş olup ölçeğe göre değişen getiri varsayımına dayanmaktadır (Charnes vd., 1994: 23). CCR modelinde tek girdi ve tek çıktı durumu için etkinlik sınırının şekli, ölçeğe göre sabit getiri varsayımından dolayı orjinden geçen bir doğru biçimindedir. CCR modeli, teknik etkinlik ile ölçek etkinliğinin birleşimden oluşan toplam etkinliği ölçmektedir. CCR modelini kullanarak KVB'lerin göreceli etkinliklerinin belirlenmesinde, analiz edilen KVB'lerin etkin kabul edilebilmesi için hem teknik etkinliğe hem de ölçek etkinliğine sahip olmaları gerekmektedir. CCR modeli, "Girdi Yönlü CCR" ve "Çıktı Yönlü CCR" olmak üzere ele alınmaktadır (Gökgöz, 2009: 37). Girdi yönlü CCR modeli, asgari çıktı düzeyini karşılamak üzere girdilerin minimize edilmesini amaçlamaktadır. Çıktı yönlü CCR modeli, sahip olunan girdi değerlerinin daha fazlasına ihtiyaç duymadan çıktı değerinin maksimize edilmesini amaçlamaktadır (Cooper vd., 2000: 41).BCC modelinde ise etkinlik sınırının şekli ölçeğe göre değişken getiri söz konusu olduğu için parçalı doğrusal ve iç bükeydir. BCC modeli ölçeğe göre getiri varsayımı altında etkinliği değerlendirmek için CCR modeline $\sum_{j=1}^{m} \lambda_j = 1$ kısıtı eklenerek oluşturulmuştur (Cooper vd. 2011: 13). Eklenen bu konvekslik kısıtı ile ölçeğe göre değişen getirilerin dikkate alınması sağlanmaktadır. BCC modeli, Girdi Yönlü BCC ve Çıktı Yönlü BCC modeli olarak incelenmektedir (Cooper vd., 2000: 41).

Üreticiler çıktılardan çok kullanılan girdilerin verimliliğini denetlemeye gerek duyacakları için bu araştırmada Farrell'in girdiye yönelik etkinlik ölçümleri kullanılmıştır. Her işletme gurubu için çok girdili- tek çıktılı bir model oluşturulmuştur. Her bir işletme için girdiye yönelik ekonomik etkinlik aşağıda bulunan doğrusal programlama modelinin ölçümü ile elde edilmiştir.

$$\min \lambda xi\, W_i * X_i * \qquad X^i * -X\lambda \geq 0$$
$$-y_i + Y\lambda \geq 0 \qquad \lambda \geq 0$$

Formülde;

W_i: İ sıralamasında yer alan işletme için girdi fiyatlarının vektörünü,

X_i*: İ sıralamasında yer alan işletme için hesaplanan girdi miktar masraf minimizasyonu vektörünü,

y_i: çıktı düzeyini

λ: sabitler vektörünü ifade etmektedir.

Elde edilen değerlerden Xi∗ i sıralamasında yer alan işletmeler için etkinlik değerini 0 ile 1 arasında temsil etmektedir. Xi∗ değerinin 1'e eşit olması işletmenin sınır üzerinde bulunduğunu veya Farrell (1957)'nin tanımına göre işletmenin teknik etkinliğe sahip olunduğunu göstermektedir. Etkin olmayan işletmelerde ise Xi∗ değeri 1'den küçük olacaktır. Ele alınan problemin örneğe alınan her bir işletme için çözümü ile N sayıda Xi∗ elde edilmiştir. (Coelli, 1998). Herhangi bir işletmenin sahip olduğu etkinlik değeri analize dâhil edilen diğer ekonomik ve teknolojik birimlere ve sosyo-ekonomik faktörlere bağlı olarak değişiklik göstermektedir.

Etkinlik analizleri yapılırken; teknik, ekonomik faktörler ile kaynak kullanımına yönelik işletme etkinliklerinin belirlenmesinde çok değişkenli istatistiksel yöntemler kullanılmıştır. Etkinlik ölçümü ile ilgili tahminler Coelli (1995) tarafından geliştirilmiş olan DEAP 2.1 paket programının yardımı ile gerçekleştirilmiştir.

Etkinlik düzeyleri analiz edilen işletmelerin etkinlik dereceleri ve etkinlik katsayıları belirlenirken Tablo 1'de belirtilen sayısal değerler kullanılmıştır. Aralık değerlerine göre 0.000 / 0.250 arasındaki işletmeler tam etkinsiz, 0.251 / 0.500 arasındaki işletmeler etkinsiz, 0.501 / 0.750 arasındaki işletmeler az etkin, 0.751 / 0.999 arasındaki işletmeler etkin ve 1.000 değerini alan işletmeler tam etkin olarak kabul edilmiştir.

Tablo 16.Etkinlik Dereceleri ve Etkinlik Katsayıları

Etkinlik Derecesi	Etkinlik Katsayısı
Tam Etkinsiz	0.000 – 0.250
Etkinsiz	0.251 – 0.500
Az Etkin	0.501 – 0.750
Etkin	0.751 – 0.999
Tam Etkin	1.000

Kaynak: Bozdemir (2017)

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

Tarım işletmeleri ile üreticilerin yaşamları ayrı düşünülemez. Çünkü tarımda kullanılan işgücünün temeli üretici ve ailesinden oluşmaktadır. Bu çalışma kapsamında incelenen işlemelerde işletme başına nüfus varlığı 2.83 kişidir. Bu oranın %53,71'i erkek nüfusundan ve %46,29'u kadın nüfusundan oluşmaktadır. İncelenen işletmelerdeki nüfusun %67,72'si ilkokul mezunu olup okur-yazar olmayan kişi tespit edilmemiştir. Ayrıca işgücünün % 65,98'ini 15-49 yaş arası grup oluşturmaktadır(Tablo 2).

Tablo 17. İncelenen İşletmelerin Sosyal Özellikleri

		0-50		51-100		101-200		201-+		İşletme Ort.	
		Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Nüfus	0-6	0,33	9,52	0,27	9,68	0,17	7,02	0,13	4,64	0,17	5,94
	7-14	0,67	19,05	0,45	16,13	0,17	7,02	0,27	9,28	0,29	10,04
	15-49	1,67	47,62	1,55	54,84	1,13	45,61	1,64	56,70	1,52	53,62
	50-+	0,83	23,81	0,55	19,35	1,00	40,35	0,85	29,38	0,85	30,40
EİB	7-14	0,33	14,04	0,23	11,76	0,09	5,06	0,13	6,32	0,14	7,13
	15-49	1,50	63,16	1,34	69,41	0,99	57,59	1,45	68,07	1,34	65,98
	50-+	0,54	22,81	0,36	18,82	0,64	37,34	0,54	25,61	0,55	26,90
Eğitim	Okuryazar	0,00	0,00	0,09	3,45	0,00	0,00	0,06	2,16	0,05	1,75
	İlkokul	2,17	76,47	1,73	65,52	1,74	74,07	1,81	65,41	1,80	67,72
	Ortaokul	0,00	0,00	0,18	6,90	0,26	11,11	0,37	13,51	0,31	11,58
	Lise	0,67	23,53	0,45	17,24	0,26	11,11	0,39	14,05	0,38	14,39
	Üniversite	0,00	0,00	0,18	6,90	0,09	3,70	0,13	4,86	0,12	4,56

Araştırma alanında faaliyet gösteren işletmelerin arazileri fazla parçalı olmamakla birlikte ortalama parsel genişliği 66,93 da'dır. Yörede kiraya tutulan arazi varlığı düşük olmakla bereber işletme başına toplam(mülk ve kira) arazi varlığı 238,93 da belirlenmiştir. Arazilerde silajlık mısır(%25,24) ve şekerpancarı(%18,34) üretimi yaygın olmakla birlikte buğday(%14,54), yonca(%14,10), ayçiçeği(%11,63), fiğ(%10,76) ve arpa(%5,38) üretimi de gerçekleştirilmektedir.

İncelenen işletmelerde işletme başına toplam alet-makine varlığı 12,65 adet tespit edilmiştir. Arazi genişliği arttıkça işletmelerin sahip oldukları traktör ve römork varlıkları yükselmekte olup işletme başına ortalama 1,57 adet traktör ve 2,19 adet römork belirlenmiştir.

Tablo 3'de incelenen işletmelerin tabakalara göre ekonomik özellikleri verilmiştir. Tabloya göre GSÜD ve net kâr işletme genişliğine bağlı olarak artmakla birlikte işletme başına dekara GSÜD 1.425,24 TL/da, işletme başına dekara net kâr ise 433,06 TL/da belirlenmiştir. Birinci işletme grubunda net kâr düzeyi negatif olmasına rağmen üreticiler üretimlerine devam etmektedirler. Bunun sebebi üreticilerin üretim faaliyetleri sonucunda elde ettikleri gelirler ile değişen masrafların karşılandığı takdirde üretime devam etmektedirler. Yani üreticiler tarımı yaşam biçimi olarak benimsedikleri için sabit masrafları dikkate almadan üretimlerini devam ettirmektedirler. Öz sermayenin kârlılığını gösteren mali rantabilite oranı işletme başına %6,81 iken toplam yatırım sermayesinin kârlılığını gösteren ekonomik rantabilite işletme başına %2,80 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 18. İncelenen İşletmelerin Ekonomik Özellikleri (Sermeye Yapısı ve Yıllık Faaliyet Sonuçları)

	0-50	**51-100**	**101-200**	**201-+**	**İşl. Ort.**
Aktif Sermaye/Pasif Sermaye (TL/da)	9.643,26	9.137,32	7.001,35	6.563,57	6.722,55
GSÜD (TL/da)	1.082,57	1.320,30	1.376,84	1.439,71	1.425,24
GSH (TL/da)	1.265,68	1.446,24	1.453,53	1.486,96	1.468,33
İşletme Masrafları (TL/da)	970,26	857,33	758,46	681,60	699,14
Saf Hasıla (TL/da)	295,42	588,38	695,07	805,40	769,20
Brüt Kâr (TL/da)	599,66	832,87	866,69	909,61	899,40
Net Kâr (TL/da)	-186,71	131,53	345,00	477,22	433,06
Tarımsal Gelir (TL/da)	-89,71	456,77	546,62	629,85	527,64
Tarımsal Gelir (TL/Kişi)	-790,34	11.721,28	31.847,56	69.033,78	44.517,26
Toplam Aile Geliri (TL) (İşletme Başına)	956,02	36.928,61	81.166,79	204.092,58	129.660,07
Rantabilite Faktörü (%) (İşletme Başına)	23,34	40,68	47,82	54,16	52,39
Mali Rantabilite (%) (İşletme Başına)	-2,14	1,54	5,24	7,68	6,81
Ekonomik Rantabilite (%) (İşletme Başına)	3,84	2,47	3,92	3,06	2,80
Sermaye Devir Oranı (%) (İşletme Başına)	11,23	14,45	19,67	21,94	21,20
Sermaye Devir Hızı (Yıl) (İşletme Başına)	8,91	6,92	5,09	4,56	4,72

Tarım işletmelerinde mekanizasyonun önemi, kullanılan araçların ömrü ile yakından ilgilidir. Çünkü kullanılan her bir makinanın kullanım ömürlerinin dolması ve halen kullanılmasından kaynaklı kayıplar mevcuttur. Türkiye'deki tarım işletmelerinde de bu durum görülmekte olup, özellikle gelir yetersizliği nedeniyle makine parkları yenilenememektedir. Ekonomik kayıpların yanı sıra çevre kirliliğine neden olması, can ve mal güvenliklerinin yetersiz olmaları da büyük risk oluşturmaktadır. Örneğin yapılan araştırmalarda ömrünü tamamlamış biçerdöver ile yapılmış bir hasatta ortalama kaybın %8 oranında olduğu görülmektedir. Türkiye'de ise yaklaşım 10 milyon ton buğday ömrünü tamamlamış biçerdöver ile hasat edilmekte ve cari fiyatlar düşünüldüğünde yaklaşık olarak 1 milyar TL'ye yakın ekonomik kayıp görülmektedir (İleri, 2018). Uluslararası standartlara göre ortalama traktör ömrü 10.000-12.000 saat arasındadır. Türkiye'de ise yıllık kullanım süresi 500-550 saat olduğu için maksimum traktör ömrü 24-25 yıl kabul edilmektedir (İleri, 2018). İncelenen işletmelerde toplam traktör sayısı 168 adet tespit edilmiştir. Tarmakbir Sektör Raporuna göre işletmelerdeki toplam traktör varlığının %92,85'i kullanım ömrünü tamamlamamıştır.

Gelişmiş ülkelerde traktörlerin yıllık kullanım süreleri 1.000 saat/yıl iken Türkiye'de 350 saat/yıl civarındadır. Yıllık ortalama 600 saatten fazla kullanılan traktörlerin verimliliği artmakta ve tasarrufların maliyeti karşılama oranı yükselmektedir (Erkmen, 1991; Sağlam, 1995; Anonim, 2003). İncelenen işletmelerde traktörlerin yıllık kullanım süreleri arazi genişliğine bağlı olarak artmaktadır. İşletme başına yıllık traktör kullanım süresi 398,19 saat olup işletme gruplarına göre ortalama kullanım süreleri 600 saati geçmemektedir. Ancak 4. tabakada yer alan işletmelerden 15 adedinde traktörler yıllık 600 saatin üzerinde çalışmaktadırlar.

İşletmeler tam rekabet koşullarında kâr maksimizasyonu elde etmeyi amaçlamaktadırlar. Bu amaca ulaşabilmek için iki temel prensibe sahip olmalılardır. Birincisi belirli masraf ile en yüksek geliri elde etmek, diğeri ise belirli bir gelire en düşük masraf ile ulaşmaktır. Her iki prensipte de kaynakların etkin kullanılabilmesi temel amaçtır (Bayramoğlu vd., 2010). Nitekim işletmelerin kârlı üretim yapması verimliğe değil etkinliğe bağlıdır.

Çalışma kapsamında değişkenler belirlenirken incelenen işletmelerin üretimlerine ilişkin yoğun olarak kullanılan ve mekanizasyon kullanımını fazla etkileyen değişkenler ile GSÜD'ne en fazla etkisi olan değişkenler ele alınmıştır. İncelenen tarım işletmelerinin mekanizasyon kullanım etkinlikleri değerlendirilirken bağımlı değişken

GSÜD(TL/işletme başına) ve bağımsız değişkenler ise arazi varlığı(da/işletme başına), traktör çalışma saati(saat/da), su ücreti (TL/da), EİG (saat/da), N (kg/da), P (kg/da), K (kg/da) olarak belirlenmiştir.

Teknik etkinlik, belli bir miktar girdi ile maksimum üretim miktarına ulaşma yeteneğini göstermektedir. Bir işletmenin teknik açıdan etkin olup olmadığı incelenirken saf teknik etkinlik ve ölçek etkinliği olarak iki bölüme ayırarak incelemek mümkündür. Saf teknik etkinliğin hesaplanması ile işletmenin işletmecilik açısından iyi işletilip işletilmediği ortaya konulurken, ölçek etkinliği ile işletmenin ekonomik olarak uygun bir ölçekte olup olmadığının ortaya konulmaktadır(Aktürk ve Kıral, 2002).

İncelenen işletmelerde teknik etkinlik işletme gruplarına göre %59,00-68,00 arasında değişmektedir. 200 dekardan fazla arazi varlığına sahip işletmelerde teknik etkinlik %68,00 tespit edilmiş olup bu değer diğer işletme gruplarına göre daha etkin çalıştıklarını göstermektedir. Tüm işletmelerin etkinlik ortalamaları incelendiğinde, 107 adet işletmenin teknik etkinlik ortalaması %66,00 olarak hesaplanmış ve az etkin oldukları tespit edilmiştir. Bu oran işletmelerin ortalamasına göre kaynakların %34,00 etkinsiz kullanıldığını ifade etmektedir. Yani incelenen işletmelerde işletmecilerin mekanizasyon varlığını işletmede âtıl kullandıklarını ve tarımsal alet-ekipmanlarda yönetim kabiliyeti açısından yeterli düzeyde olmadıklarını göstermektedir. İncelenen işletmelerde etkin işletme oranı işletme gruplarına göre değişmekle birlikte işletme gruplarındaki arazi genişlikleri arttıkça etkin işletme oranı yükselmektedir. İşletmeler ortalamasına göre etkin işletme oranı %71,50 belirlenmiştir. Saf teknik etkinlik değeri işletmeler ortalamasına göre %82,00 tespit edilmiş olup işletmenin yönetim açısından iyi işletilmediği belirlenmiştir. Ölçek etkinliği ise işletmeler ortalamasında %81,00 belirlenmiş olup işletmelerin ekonomik olarak uygun ölçekte olmadıkları gözlemlenmiştir. Küçük ölçekli işletmelerde saf teknik ve ölçek etkinliğinin daha yüksek olmasının nedeni olarak bu ölçekte yer alan işletmelerin kaynaklarının daha rasyonel kullandıklarını ve yönetim kabiliyetinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Sonuç olarak bu ölçekte yer alan işletmelerin Gayrisafi Üretim Değeri (GSÜD) elde edilebilmek için kullandıkları girdilerdeki kayıplar daha az olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 19. İşletme Ölçeklerine Göre Etkinlik Sonuçları

	İşletme Grupları (da)	Ortalama	En düşük	En yüksek	Varyans	Etkin İşletme Sayısı	Etkin İşletme Oranı (%)
Teknik Etkinlik	0-50	0,67	0,42	1,00	0,07	3,00	50,00
	51-100	0,63	0,24	1,00	0,06	6,00	50,00
	101-200	0,59	0,27	1,00	0,04	15,00	65,22
	201-+	0,68	0,28	1,00	0,04	53,00	79,10
	İşletmeler Ort.	**0,66**	0,28	1,00	0,04	37,20	71,50
Saf Teknik Etkinlik	0-50	0,72	0,42	1,00	0,05	4,00	66,67
	51-100	0,76	0,52	1,00	0,03	10,00	83,33
	101-200	0,72	0,32	1,00	0,04	20,00	86,96
	201-+	0,87	0,31	1,00	0,03	62,00	92,54
	İşletmeler Ort.	**0,82**	0,34	1,00	0,04	44,37	88,94
Ölçek Etkinliği	0-50	0,93	0,68	1,00	0,014	6,00	100,00
	51-100	0,81	0,48	1,00	0,031	10,00	83,33
	101-200	0,83	0,50	1,00	0,023	23,00	100,00
	201-+	0,79	0,34	1,00	0,030	63,00	94,03
	İşletmeler Ort.	**0,81**	0,41	1,00	0,021	45,76	94,55

İncelenen işletmelerde üretim sürecinde kullanılan girdilerin GSÜD üzerinde ne kadar etkili olduğunu belirlenmesine yönelik olarak kaynaklarına göre etkinlik değerleri belirlenmiştir (Tablo 5). Buna göre teknik etkinliğe göre 77 işletme etkin olarak belirlenirken, 30 işletme etkinsiz olarak hesaplanmıştır. Kullanılan girdiler açısından etkinlik düzeyleri incelendiğinde ise tam etkin işletmelerde kullanılan girdiler ile elde edilen GSÜD karşılık, etkinliği daha düşük işletmelerde daha fazla girdiye karşılık daha düşük GSÜD elde edilmektedir. Ayrıca Traktör kullanımı 12 tam etkin işletmede daha etkin kullanılmakta olup, özellikle fazla kullanılmadan ötürü yaşanan ekonomik kayıplar (yakıt ve amortisman) sebebiyle işletmelerin başarısı olumsuz etkilenmektedir.

Tablo 20. İşletmeler Ortalamasına Göre Kullanılan Girdilerin Etkinlik Değerleri

		Tam Etkin	Etkin	Az Etkin	Etkinsiz	Tam Etkinsiz
Teknik	**İşletme Sayısı**	**12,00**	**28,00**	**37,00**	**29,00**	**1,00**
Etkinlik	GSÜD	360.088,97	355.724,08	287.040,98	137.769,46	33.150,00

	Arazi Varlığı	224,00	257,82	270,00	192,48	85,00
	Traktör Çalışma Saati	373,33	429,68	450,00	320,76	142,00
	Su Ücreti (TL/da)	83,77	108,45	98,81	98,78	120,00
	EİG (saat/da)	3,28	1,92	2,19	3,19	9,06
	N (kg/da)	32,20	36,98	35,16	35,28	24,35
	P (kg/da)	25,90	29,75	28,28	28,38	19,59
	K (kg/da)	11,90	13,67	12,99	13,04	9,00
	Maksimum Değer	1	0,755	0,501	0,27	0,241
	Minimum Değer	1	0,991	0,748	0,499	0,241
Saf Teknik Etkinlik	**İşletme Sayısı**	**14,00**	**58,00**	**24,00**	**11,00**	**0,00**
	GSÜD	368.253,05	331.612,61	144.022,58	98.609,70	0,00
	Arazi Varlığı	245,21	282,33	159,83	174,55	0,00
	Traktör Çalışma Saati	408,71	470,53	266,33	290,91	0,00
	Su Ücreti (TL/da)	84,66	104,57	96,56	95,51	0,00
	EİG (saat/da)	3,24	2,19	2,97	2,44	0,00
	N (kg/da)	32,66	36,04	35,13	34,73	0,00
	P (kg/da)	26,27	28,99	28,26	27,94	0,00
	K (kg/da)	12,07	13,32	12,98	12,84	0,00
	Maksimum Değer	1,00	0,99	0,74	0,49	0,00
	Minimum Değer	1	0,75	0,505	0,31	0,00
Ölçek Etkinliği	**İşletme Sayısı**	**35,00**	**29,00**	**38,00**	**5,00**	**0,00**
	GSÜD	277.026,75	289.160,41	262.475,75	172.021,00	0,00
	Arazi Varlığı	219,53	229,55	264,51	243,40	0,00
	Traktör Çalışma Saati	373,33	429,68	450,00	320,76	142,00
	Su Ücreti (TL/da)	93,39	109,88	98,37	102,25	0,00
	EİG (saat/da)	2,22	2,26	2,56	4,43	0,00
	N (kg/da)	34,71	36,42	35,32	34,00	0,00
	P (kg/da)	27,92	29,29	28,41	27,35	0,00
	K (kg/da)	12,83	13,46	13,05	12,57	0,00
	Maksimum Değer	1,00	0,90	0,73	0,50	0,00
	Minimum Değer	1,00	0,76	0,51	0,34	0,00

İncelenen işletmelerde teknik etkinsizliğin nedeni araştırıldığında iki kavram ortaya çıkmakta olup, bu kavramlardan birisi olan saf teknik etkinlik derecesi ölçeğe göre değişen getiri varsayımı altında elde edilen teknik etkinlik değer olarak ifade edilmektedir. Ayrıca saf teknik etkinlik işletmecinin kişisel faktörlerinden kaynaklanan etkinsizliğini ifade etmektedir. İşletmecinin sahip olacağı kişisel faktörler arasında ise yaş, eğitim ve deneyim gibi demografik değişkenlerin yanı sıra üretim bilgisi ve yönetim kabiliyeti de işletmelerde kullanılacak girdi miktarını etkilemekte ve dolayısıyla bu faktörler üretimde kullanılan girdilerin etkin kullanılmasını etkilemektedir. Tablo 5'de görüldüğü üzere saf teknik etkinlik kaynağına göre tam etkin işletme sayısı 14 iken, etkin işletme sayısı (58+24) 82 olarak belirlenmiştir. Toplamda 96 işletme saf teknik etkinliğine göre etkin olarak bulunmuştur.

Teknik etkinsizliğinin ikinci nedeni olan ölçek etkinliği ise işletmelerin sahip olduğu üretim faktörlerinin rasyonel olarak kullanabilecekleri işletme büyüklüğünü göstermektedir. Tablo 5'de incelenen işletmelere ait ölçek etkinlikleri verilmiş olup, tam etkin işletme sayısı 35 olup, etkin toplam işletme sayısı ise (29+38) 67 işletme olarak belirlenmiştir. Toplamda 102 işletme ölçek etkinliğine göre etkin olarak bulunmuştur.

Elde edilen sonuçlara göre saf teknik etkinlik ile ölçek etkinlik değerleri arasında çok büyük farklılık bulunmamasına rağmen işletmelerin teknik olarak etkinsiz olmasının sebebinin ölçek teknik etkinliğinden (0.81) kaynaklandığını görülmektedir (Tablo 4). Nitekim incelenen işletmelerin optimum işletme büyüklüğüne ulaşmadıkları ve bu yönde birçok yapısal problemlerin olduğu görülmektedir.

Tablo 21.İşletme Büyüklüğüne Göre İşletmelerin Ölçek Analizleri

		İşletme Sayısı	Oran (%)	Araz i	GSÜD	Traktör Çalışma Saati Başına Düşen GSÜD	BG Başına Düşen GSÜD
0-50	Ölçeğe Artan	4,00	66,67	34,0	39.053,	650,63	695,96

	Getiri			0	25		
	Ölçeğe Azalan Getiri	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Ölçeğe Sabit Getiri	2,00	33,33	24,50	22.031,60	496,67	620,70
	Toplam/Ortalama	6,00	100,00	29,25	30.542,43	573,65	658,33
51-100	Ölçeğe Artan Getiri	9,00	81,82	71,67	88.995,85	1.812,98	752,66
	Ölçeğe Azalan Getiri	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Ölçeğe Sabit Getiri	2,00	18,18	75,00	124.337,56	1.738,94	974,89
	Toplam/Ortalama	11,00	100,00	73,33	106.666,70	1.775,96	863,78
101-200	Ölçeğe Artan Getiri	22,00	95,65	145,77	197.007,06	3.140,27	804,78
	Ölçeğe Azalan Getiri	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Ölçeğe Sabit Getiri	1,00	4,35	114,00	238.340,53	9.930,86	1.254,42
	Toplam/Ortalama	23,00	100,00	129,89	217.673,80	6.535,56	1.029,60
201+	Ölçeğe Artan Getiri	51,00	76,12	300,55	396.699,07	6.297,61	806,21
	Ölçeğe Azalan Getiri	7,00	10,45	402,14	608.408,78	9.344,24	897,56
	Ölçeğe Sabit Getiri	9,00	13,43	346,67	680.378,86	12.179,52	1.154,80
	Toplam/Ortalama	67,00	100,00	349,79	561.828,90	9.273,79	952,86
İşletme Ort.	Ölçeğe Artan Getiri	86,00	80,37	224,60	296.778,88	4.757,95	795,11
	Ölçeğe Azalan Getiri	7,00	6,54	402,14	608.408,78	9.344,24	897,56
	Ölçeğe Sabit Getiri	14,00	13,08	245,21	475.320,61	8.858,41	1.059,91
	Toplam/Ortalama	107,00	100,00	256,12	411.267,49	7.426,53	943,68

İncelenen işletmelerde işletme büyüklüğüne göre ölçek analizleri tablo 6'da verilmiştir. Buna göre elde edilen GSÜD'ne karşılık traktör çalışma saati başına düşen GSÜD ve Beygir Gücü (BG) başına düşen GSÜD hesaplaması yapılmıştır. Hesaplamalar yapılırken ölçeğe göre değişken getiri söz konusu olduğunda bu hesaplamalar artan, azalan ve sabit getiri olarak hesaplanmaktadır. Ölçeğe getiride; girdi miktarlarındaki bir birimlik değişmeye karşılık çıktı miktarında 1 birimden daha fazla getiri sağlandığında ölçeğe artan getiri, 1 birimden daha az getiri sağlandığında ölçeğe azalan getiri ve 1 birime karşılık 1 birim getiri elde edildiğinde ölçeğe sabit getiri olarak ifade edilmektedir. Buna göre incelenen işletmelerde ortalamaya göre 86 (%80,37) işletme ölçeğe artan getiri, 7 (%6,54) işletme ölçeğe azalan getiri ve 14 (%13,08) işletme ise ölçeğe sabit getiri olarak ifade edilmektedir. İncelenen işletmelerde daha önce ölçek sorunu olduğu ifade edilmiş olup, traktör çalışma saati ve BG işletme ölçek etkinliğine etki ettiği görülmüştür. Nitekim ölçeğe artan getirisi olan işletmelerde traktör çalışma saatine başına düşen GSÜD ve BG başına düşen GSÜD daha düşük olduğu belirlenmiştir. Bu tip işletmelerde mekanizasyonun etkin olarak kullanılmadığı görülmekte olup, bu nedenle de işletmelerin optimum işletme ölçeğine ulaşamadıkları görülmüştür.

4. SONUÇLAR

Yapılan çalışma ile birlikte tarım sektöründe kullanılan mekanizasyonun kullanım etkinliği belirlenmiştir. Buna göre işletme ölçeğinin büyümesiyle birlikte mekanizasyon kullanım etkinliğini yükseldiği görülmektedir. Çalışma kapsamında mekanizasyon etkinsizliğinin temel sebebi olarak saf teknik etkinsizliği ve ölçek etkinsizliği belirlenmiştir. Nitekim saf teknik etkinlik işletmecinin kişisel faktörlerinden etkilenmekte olup, ölçek etkinliği ise işletmelerin büyüklüğü ile ilgilidir. Yapılan çalışma ile işletmelerin önemli bir bölümünü hem saf teknik olarak hem de ölçek etkinliğinde tam etkin olmadıkları belirlenmiştir.

Bu sonuca göre işletmelerde aynı zamanda traktörün çalışma saatin başına düşen ve BG başına düşen GSÜD hesaplanmış olup, işletme ölçekleri itibariyle traktörlerin etkin kullanılmadıkları belirlenmiştir. Türkiye'de traktörlerin etkin kullanılamamasının temel sebepleri arasında kullanım ömründen fazla traktörlerin kullanılması ve makinaların atıl olarak işletmede kalması olarak gösterilmektedir. İncelenen işletmelerde ayrıca BG gereğinden yüksek olması da mekanizasyon kullanım etkinliğini sınırlandırmaktadır. Türkiye'de yüksek BG kapasitesine sahip olan işletmelerde yüksek BG ve modern traktörler sosyal statü olarak görülmesine rağmen, bu durum işletmelerin teknik etkinliklerini olumsuz etkilemektedir. Nitekim gereğinden fazla traktör BG kullanımı demek ekonomik anlamda fazla yakıt tüketimi, amortisman masrafları ve faiz olarak işletme bilançosunda eksi olarak yer alacaktır. Bu sebeple işletmelerin ihtiyaç duydukları miktarda ve güçte mekanizasyon ihtiyaçları tespit edilerek işletme içerisinde kullanılmasının sağlanması gerekmektedir.

Çalışma kapsamında mekanizasyon kullanım etkinliğini gösteren bir değişken ise traktör çalışma saati olarak belirlenmiş olup, gelişmiş ülkelerde traktörlerin kullanım süreleri 1000 saat/yıl aşmaktadır. Ortalama olarak 600 saat/yıl kullanım süresini aşan traktörlerin verimliliği artmakta, tasarrufların maliyeti karşılama oranı yükselmektedir. İncelenen işletmelerde sadece 15 tanesi 600 saati geçmekte olup, bu işletmelerde büyük ölçekli işletmeler olarak tanımlanmaktadır. Bunun yanı sıra yıllık traktör kullanım süresi tam etkin işletmelerde 373,33 saat ve tam etkinsiz işletmelerde 142,00 saat olarak hesaplanmıştır. Buna karşın etkinlik düzeylerine göre traktör kullanım süresinin GSÜD üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Modele dahil edilen diğer değişkenler itibariyle farklılıklar olmakla birlikte, özellikle daha az su ücreti ile tam etkin işletmelerin diğer işletmelere göre daha yüksek GSÜD elde edilmektedir. Ayrıca tam etkin işletmelerde kullanılan kimyasal girdi düzeyi diğer işletmelere göre daha az olup, buna karşın daha yüksek GSÜD elde edilmektedir.

Sonuç olarak incelenen işletmelerin optimum işletme büyüklüğüne ulaşamadıkları, bunun yanı sıra girdi kullanım düzeylerinin verimli olmadıkları belirlenmiştir. Bu durum sadece ekonomik olarak değil, aynı zamanda çevresel sorunları da meydana getirecektir. Fazla girdi kullanımından dolayı çevresel zararların verilmesi de etkinsizliğin bir başka yönünü oluşturmaktadır. Bu nedenle tarım işletmelerinde etkinsizliği giderecek çözüm önerilerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Bu öneriler arasında; makine parkının yaygınlaştırılması, ortak makine kullanımının özendirilmesi ve teşvik edilmesi, kontrollü girdi ve organomineral gübre kullanımının yaygınlaştırılması, su kullanımına yönelik takip sistemlerinin geliştirilmesi, verimliliği yükseltecek sulama sistemlerinin kullanımının yaygınlaştırılmasının sağlanması gibi öneriler yer almakta olup, bu çalışmanın politika yapıcılarına öneri olması amaçlanmıştır.

KAYNAKÇA

Açıl, A. F. ve Demirci, R., 1984, Tarım Ekonomisi Dersleri, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi.

Aktürk, D. ve Kıral, T., 2002. Veri Zarflama Yöntemi İle Tarım İşletmelerinde Pamuk Üretim Faaliyetinin Etkinliğinin Ölçülmesi. Tarım Bilimleri Dergisi 2002, 8 (3) 197-203.

Anonim, 2003. Eğirdir Tarım İlçe Müdürlüğü, Isparta Tarımında Master Projesi Raporu, 2s, Eğirdir-Isparta.

Bakırcı, F., 2006, Üretimde Etkinlik ve Verimlilik Ölçümü: Veri Zarflama Analizi Teori ve Uygulama, Ankara: Atlas Yayınları.

Bayramoğlu, Z., Aktürk, D. ve Tatlıdil, F., 2010. Kaynakların Rasyonel Kullanımının Üretim Maliyetleri Üzerine Etkisi: Kanola Yetiştiriciliği Örneği. Selçuk Üniversitesi, Selçuk Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi, Sayı 24 (3), Sayfa 62–68.

Bozdemir, M., 2017, Dane Mısır Üretiminde Kaynak Kullanım Etkinliğinin Belirlenmesi: Konya İli Örneği, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Bölükoğlu, H., 1982. Aksaray yöresinde uygun tarım makineleri optimizasyon modeli üzerinde bir araştırma.(Basılmamış Doçentlik Tezi). A.Ü. Ziraat Fakültesi, Tarımsal Mekanizasyon Bölümü, Ankara.

Charnes, A., Cooper, W.W., Lewin, A.Y., Seiford, L. M. (1994), Data Envelopment Analysis: Theory, Methodology and Application, Kluwer Academic Publisher, Boston, USA.

Coelli T.J., Prasada, R. ve Battese, G.E., 1998. An Introduction to Efficiency and Productivity Analysis. Kluwer Academic Publishers. Boston.

Coelli, T.J., 1995. Recent Developments in Frontier Modelling and Efficiency Measurement. Australian Journal of Agricultural Economics, Volume 39, Issue 3, Pages 219–245.

Cooper, W.W., Seıford, L.M., Zhu, J. (2011), "Handbook on Data Envelopment Analysis History, Models And Interpretations", International Series in Operations Research & Management Science, Vol. 164, pp. 1-39.

Cooper, W. W., Seiford L. M. ve Kaoru, T., 2000. Data Envelopment Analysis: A Comprehensive Text with Models, Applications, References and DEA- Solver Software. USA: Kluwer Academic Publishers.

Culpin, C., 1975. Profitable Farm Mechanisation. Granada Publishing, London, 307s.

Dağlıoğlu, E., 2005, Kilis İli Merkez İlçede Üzüm Yetiştiren İşletmelerin Ekonomik Analizi.

Darga, A., 1989. Tarım İşletmelerinde Mekanizasyon Planlamasına Yönelik Zaman Kısıtlı Model Geliştirilmesi. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarımsa Mekanizasyon Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Adana, 238s.

Edwards, W., Boehlje, M., 1980. Farm Machinery Selection in Iowa under Variable Weather Conditions. Special Report 85, Cooperative Extension Service and the Agriculture and Home EconomicsExperiment Stations, Iowa State University of Science and Technology, Ames, Iowa, 24s.

Erkmen, Y., 1991. Erzurum ilinin tarımsal mekanizasyon etkinliğinin belirlenmesine üzerine bir araştırma. Tarımsal Mekanizasyon 13. Ulusal Kongresi, pp: 520- 530, Konya

Erkuş, A. ve Demirci, R., 1985. Tarımsal İşletmecilik ve Planlama, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Yayın No:944, Ankara

Erkuş, A., Bülbül, M., Kıral, T., Açıl, A. ve Demirci, R., 1995, Tarım ekonomisi, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Eğitim, Araştırma ve Geliştirme Vakfı Yayınları (5), 298.

Evcim, H.Ü., Ulusoy, E., Gülsoylu, E., Tekin, B. Tarımsal Mekanizasyon Durumu, Sorunları Ve Çözüm Önerileri, http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/2e1b435e5e53888_ek.pdf

Farrell, M.J., 1957. The Measurement of Productive Efficiency. Journal of Royal Statistical Society, Series A, CXX, Part 3, Pages 253–290.

Gifford, R. C., 1986. Agricultural Mechanization in Development Guidlines for Stratetegy Formulation FAO Agricultural Services Bulletin, 45, Rome.

Gökgöz, F. 2009. Veri Zarflama Analizi Ve Finans Alanına Uygulanması, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, Yayın No: 597, Ankara.

Göksu, N., Taşdemir, N. Ve Eker, M., 2005. Konya Yöresinde Tarım Alet Ve Makinelerinin Kullanım Etkinliğinin Belirlenmesi, T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Tarımsal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Yayın No.145, KONYA.

Güngör, İ. ve Demirgil, H., (2005), "Bölgesel Rekabet Yapısının Bulanık VZA İle Araştırılması", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10(2), ss. 23–38.

Işık, A. Ve Sabancı, A., 1987. Tarımsal Mekanizasyon Makine Giderleri Tahmini. Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi.

İleri, M. S., 2018. Türkiye Tarım Makinaları Sektörü Sektör Raporu, 2018. http://www.tarmakbir.org/haberler/tarmakbirsekrap.pdf

Kumar, S., Gulati, R. 2008, "An Examination of Technical, Pure Technical and Scale Efficiencies in Indian Public Sector Bank Using Data Envelopment Analysis", Eurasian Journal of Business and Econımics,1 (2), 33-69.

Öncel, A. ve Şimşek S. 2011. Türkiye'de Bölgelerarası Kaynak Kullanım Etkinliğinin Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Ölçülmesi. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 37, Ocak-Haziran 2011 ss.87-119.

Sağlam, R. 1995. GAP bölgesinde tarımsal mekanizasyon durumu. Tarımsal Mekanizasyon 16. Ulusal Kongresi Bildiri Kitabı, pp: 55-65, Bursa.

Sındır, K.O., 1993. Agricultural mechanization systems plannig for the irrigated GAP.

Tezer, E., ve A. Sabancı, 1987. "Tarımsal Mekanizasyon IÇÜ Ziraat Fakültesi. "Ders Kitabı 33 (1987).

Tosun, Ö. ve Aktan, H.E., 2010. SSK Hastanelerinin Sağlık Bakanlığı'na Devrinin Hastane Verimlilikleri Üzerinde Etkileri. TİSK Akademi, Sayı 5, Cilt 10, Sayfa 112–129.İleri, M.S. 2018.

Yamane, T., 1967. Elementary Sampling Theory PrenticeIn. Englewood Cliffs, N. J., USA.

Tarihsel Süreç İçerinde Çeviri Etkinliğine Genel Bir Bakış

Öğrt. Gör.Dr. Coşkun DOĞAN[1]

[1]Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Yabancı Diller Bölümü Mehmet Akif Ersoy Yerleşkesi 22030 EDİRNE,

e-mail: coskundogan2002@yahoo.de

Özet: Çeviri etkinliği insanlık tarihi kadar eskidir. Tanrının insanoğluna verdiği ceza varsayılan "Babil Kulesi" efsanesi ile farklı dillerin oluşması ile çeviri etkinliğini iletişim açısından gereksinim haline gelmiştir. Başlangıçta sözlü çeviri ve resimlere dayalı çeviri şeklinde olan çeviri etkinliği yazının bulunması ile şekillenmeye başlamış ve anlam kazanmıştır.

Eski çağlarda kurulmuş ilk uygarlıklar arasında iletişimin ve bilgi alış verişinin (öncelikle ticari, siyasi, kültürel ilişkiler) çeviri aracılığı ile kurulduğu bilinmektedir. Bu bağlamda çeviri etkinliğini ön planda tutan uygarlıkların diğer uygarlıklara göre daha üstün oldukları görülmektedir.

Eski uygarlıkların deneyimlerinin öğrenilmesinde çeviri etkinliğinin yoğun şekilde "sözcük biçimlerine" önem verirken, daha sonra kutsal kitaplarının çevirilerinde çevirmenlerin "anlama göre" hareket ettiklerini ve kaynak metine ve metin içi anlama bağlı kalmak erek kültür geleneğine uygun aktardıkları görülmektedir. Tabi çevirmen yorumu burada önemli rol oynamaktadır.

Çeviri etkinliği, antik çağdan başlayarak her zaman var olması ve yeni bir kültür etkinliklerinin oluşmasına zemin hazırlaması yine de bağımsız bir bilim dalı olmasını sağlayamamıştır. Bunun nedeni çeviri etkinliğinin sürekli siyasi olarak değerlendirilmesidir. Özellikle eski Mısır, Yunan ve Roma uygarlıkları çeviri uygulamalarının o dönemlerde nasıl yapıldığına dair bir hareket noktası oluşturmaktadır. Dinsel nitelikleri ile ön plana çıkan ve büyük dinler tarafında kutsal sayılan şehirler (Kudüs, Bağdat, Antakya, Urfa gibi) şehirler, farklı kültürlerin öğrenilebilindiği çeviri cazibe merkezleri olmuştur. Çokça uygarlıklara ev sahipliği yapmış Anadolu'da çevirinin gelişmesi açısından çok önemlidir. Farklı din ve milliyetten toplumları bünyesinde barındıran Osmanlı İmparatorluğunda çeviri etkinliği, farklılıkların bir arada yaşaması açısından büyük rol oynamıştır.

Bu çalışmada, çeviri odaklı yaklaşımlarının Doğu ve Batı medeniyetlerinde nasıl uygulandığı, kütlürlerarası iletişimin nasıl sağlandığı ve her dönemde çeviri uygulamalarını durumu irdelenecektir. Çeviri etkinliğinin antik çağdan günümüze kadar nasıl bir seyri olduğu, çok eski bir toplumsal etkinlik olmasına rağmen, neden bağımsız bir bilimsel disiplin olmak için son çeyrek yüzyıla kadar sürenin geçmesi gerektiği nitel bir araştırma şeklinde yorumlamaya dayalı olarak irdelenecektir.

Anahtar Sözcükler: Çeviri, Çeviri Tarihi, Uygarlıklararası iletişim

1. GİRİŞ

İnsanoğlu dünya üzerinde var olduğundan beri çeviri eylemi de vardır. Çevresindekileri anlaması ve kendisinin anlaşılması bu anlamda önemli hale gelmiştir. Bu nedenle, çeviri insanın yaşamsal gereksinimlerini karşılamak için ilk duygusal ve düşünsel eylemi durumdadır. İnsanoğlu, doğada mevcut sesleri taklit etmek ve bunlarda hayatta kalabilmek için anlam çıkarmakla bir tür çeviri eylemi yapmıştır. Bu anlamda çeviri eylemi insanlığın uygarlaşması yolunda büyük katkılar sağlamıştır.

Çeviri tarih sahnesinde yerini dillerin ortaya çıkmasıyla birlikte almıştır. Seslerin çeşitli göstergesel simgelerle ifade edildiği yazı ile birlikte diller arasındaki iletişim kopukluğunu ortadan kaldıran önemli bir etkinlik haline gelmiştir. Farklı dillerin dünya üzerinde var olduğu sürece de varlığını sürdürecektir. Farklı dillerin oluşumuyla ilgili bilinen en eski Babil Kulesi efsanesi ile dil karmaşası içine düşürerek birbirlerini anlayamaz duruma düşen insanlar birbirleriyle çeviri eylemi sayesinde anlaşabilme olanağı bulmuşlardır. Bu açıdan bakıldığında çeviri insanlığın diller ötesi ortak bir dilidir.

Farklı dil ve kültürlere sahip olan insanlar, kendileri gibi konuşamayan ve geleneklere sahip olmayan kimselere önyargılı yaklaşarak çatışma içerisine girmişlerdir. Ancak toplumların kapalı yaşamlarından sıyrılarak yeni yerler keşfetmek ve insanlar tanımak isteği dilsel bir anlaşma aracı olan çeviri eylemini gerekli hale getirmiştir. Çok eskilere dayanan sözlü çeviri eyleminin yanında özellikle yazının bulunması ve büyük dinlerin büyük kitlelere ulaştırılma isteği çeviri eylemine duyulan gereksinimi kaçınılmaz kılmıştır.

2. ANTİK ÇAĞDA ÇEVİRİ EYLEMİ

İnsanların konuştukları farklı dillerarası ve oluşturdukları kültürlerarası alışveriş, toplumların uygarlık düzeyine ulaşmasına çeviri eylemi büyük katkı sağlamıştır. Uygarlığın doğduğu kabul edilen Mezopotamya çok dilliğin

merkezi olarak özellikle üç farklı dilde Sümerce çivi yazısıyla yazılan kil levhalardan anlaşılmaktadır. Eski Mısır'da M.Ö.3000 yıllarında çeviri faaliyetlerinin yoğun olduğu yapılan tarihi ve arkeolojik araştırmalar sonucunda belirlenmiştir. Newmark(1981) bu konuda şunları söylemektedir.

> *Çevirinin ilk izleri M.Ö. 3000 yılında, Eski Mısır krallıkları dönemine kadar uzanır. M.Ö. ikinci yüzyılda dört veya beş Asya dilinde Sümerlerin Epik şiiri "Gılgamış"ın parçalar halinde yorumları bulunmuştur. Kataraktta aynı metnin açıklanmasında iki dilin kullanıldığını gösteren yazıtlar elde edilmiştir (Akt: Köksal, 2005:13).*

Yine Kapadokya'da bulunan levhalarda "targumannu" diye adlandırılan çevirmenlerin olduğu anlaşılmaktadır. Antik dönemin çeviri eylemi bağlamında en büyük buluntusu M.Ö. 1200 yıllarından kalma iki dilli (Hititçe ve Eski Mısır Dili) bir sözleşme metnidir (1273-Kadeş Antlaşması). Bunun yanında çevirmenler özellikle insanlık tarihinin belleğinin kaybolmaması için çeşitli diller için alfabeler icat ederek yazı dilinin oluşmasına da katkıda bulunmuşlardır.

> *"(…) tarih içinde alfabeleri bulan kişilerin dört tane çevirmen olduğu yazarlar. Bunlar sırasıyla Gothic alfabesini bulan Ulfilo (Bulgaristan, 4.yüzyıl), Ermeni, Arnavut ve Gürcü alfabesini bulan Mesrop Mashtots (Ermenistan, 5.Yüzyıl), Glogolitic alfabesini bulan Cyril (Moreviya, 9. Yüzyıl) ve Kanada'da yerliler için 19. Yüzyılda heceli yazman sistemini James Evans'tır. Görüldüğü gibi uzak tarihten yakın tarihe kadar çevirmenler yazının gelişimine ve insanlık tarihinin oluşumuna en büyük katkıyı yapmışlar ve bir çeviri tarihinin oluşması için yeteri kadar faaliyette bulunmuşlardır" (Aktaş, 2016:2)*

M.Ö. 2000 yıllarında, Anadolu'da yaşayan Asurlular, Babilliler ve Hititlerde. uzman katipler olduğu ve bu kişilerin, bugünkü çeviri büroları denebilecek mekanlarda, yabancı ülkelerle örn. Mısır'la sürdürülen yazışmaları yürüttükleri bilinmektedir. Çeviri faaliyetlerinin eski belgelerine somut örnek olarak; İbraniceden Yunancaya M.Ö. 247 yılında yapılan antlaşma çevirisi ve M.Ö. 196 yılındaki aynı metnin iki dilde de yazılı Rosetta Taşındaki yazı (Hem Mısır dilinde hem de Yunanca) gösterilmektedir. Çevirinin bugünkü anlamda yapılması Latin alfabesinin ortaya çıkması ile gerçekleşmiş ve çeviri eserlerinin çoğalmasına neden olmuştur. Bu anlamda Eruz şöyle düşünmektedir.

> *Çevirinin düzenli bir şekilde yapılması Romalılar dönemiyle başlar. Bu dönemde, Yunan yazınının çevirisi ağırlık kazanmıştır. Ünlü düşünürler, Horatius ve Cicero çeviri etkinliğine girişmişler, Yunan kültürünü öğrenmek ve çeviri yoluyla kültür aktarımında bulunmak amacıyla, Yunancadan çeviri yaparak Yunancaya özgü yazın türlerini Latin edebiyatına taşımışlardır (Eruz, 2003:24).*

Batı uygarlığının kaynağı Antik Yunan uygarlığı olarak bilinse de, birçok alan bilgilerini (aritmetik, geometri, astronomi ve tıp gibi) çeviri yoluyla Babil ve Mısır uygarlıklarından aldığı bilim adamlarınca belirlenmiştir. Bu belirleme; çeviri eylemi için ilk "çeviri" sözcüğünün kullanıldığı ve "Cicero" gibi büyük bir çevirmenin vatandaşı olduğu Roma İmparatorluğu'nda yazılmış bazı eserlerin, çeviri aracılığı ile mi yazıldığı sorusunun sorulmasına neden olmaktadır. İlk çeviri kuramlarının da Cicero ile birlikte ortaya çıktığı söylenmektedir. Newmark'a göre Cicero'nun çevirmenler hakkında ki düşünceleri şu şekildedir.

> *Cicero bir çevirmenin retorikçi ya da yorumcu olması gerektiğine inanmaktadır. Cicero birebir çeviriye karşı çıkar ve onu "beceriksiz bir iş olarak" adlandırır. Cicero'nun aksine Eski Ahit'i çeviren Yahudi bilginler ancak birebir çeviri yoluyla orijinal metnin tam bir resminin çizilebileceğini düşünüyorlardı (Akt: Köksal, 2005:14).*

Eski Ahit'in Yunancaya tam olarak başarılı bir şekilde çevrilmesi M.S. ikinci yüzyılda olmuştur. Cicero'nun karşı çıktığı birebir çeviri yöntemine göre çevrilen ilk çeviri terk edildi. İncilin ortaya çıkışı ile gerçeklerin açığa çıkması, aynı zamanda İncilin öğrenilmesi ve öğretilmesi açısından AAquila'nın çevirisi oldukça önemlidir. Bu sırada Gotlardan bir rahip olan Ulfilas İncil'in bazı bölümlerini Gotikçeye çevirmiştir.

3. ORTAÇAĞDA ÇEVİRİ EYLEMİ

Çeviri eylemi Ortaçağ döneminde dinsel metinler üzerinden yapılmıştır. Dinsel kitapların çevirisi metni bozmamak amacıyla birebir yapılmıştır. Ancak 9. Ve 10. yüzyıllarda Bağdat önemli bir kültür kenti olmuştur. Çeviri etkinlikleri çerçevesinde eski Yunanca eserler Arapçaya çevrilmiştir. Özellikle "Bilgelik Evi" anlamına gelen "Beytül Hikme" kurulmasıyla birlikte, kaybolmaya yüz tutmuş eserler ve yunanca metinler Arapçaya çevrilmiştir. Arapça bilim dili haline gelmiştir. Bu anlamda Yazıcı şöyle söylemektedir.

> *Kuşkusuz Arap kültüründe yaşanan bu çeviri etkinliğinin, genelde öteki kültürlerdeki yazılı geleneğe en büyük etkisi, batıdaki yapay bir bilim dili olan Latince'ye karşılık, Beytül Hikme'de, çevirilerin yaşayan dil Arapça ya da Farsça'ya yapılmış olmasıdır (Yazıcı, 2004:59).*

Bilimin gelişmesine katkı sağlayan bu çeviriler, Avrupa'nın eski Yunan eserleri tanımalarını sağlamıştır. İspanya'da kurulan Endülüs Devleti zamanında Arapçaya çeviriler devletin başkenti ve kültür kenti olan Toledo'ya taşınmıştır. Bu devletin yıkılmasıyla birlikte oradaki Arapça eserler Latince ve İspanyolcaya çevrilerek bir anlamda Avrupa'nın Ortaçağ karanlığından kurtulmasına aracı olmuşlardır. Bu konuyla ilgili olarak Köksal şöyle düşünmektedir.

> *İspanya'nın büyük bir kesimine 500 yıldan daha uzun bir süre hükmetmiş olan Abdurrahman ve halefleri tarafından kurulan İslam Krallığı döneminde İspanya medeniyeti gelişmiş, pek çok Hıristiyan, Yahudi ve Müslüman bilgin İspanya'nın bir şehri olan Toledo'da araştırmalar yapmış ve kitaplar yazmıştır. Bu bilginlerden bazıları eski Yunan ve Roma kitaplarını Arapçaya çevirmiştir. Toledo kenti M.S. 714'de çevirinin en büyük merkezi haline gelmiştir (Köksal, 2005:16).*

Matbaanın keşfi çeviri eylemlerine çok hız kazandırmıştır. Katoliklere göre çevirisi imkansız olan İncil'in çevirileri hız kazanarak tüm Avrupa'da Latinceden kendi dillerine herkesin anlayabileceği şekilde çevrilmiştir. Özellikle farklı bir çeviri anlayışına sahip olan Alman papaz Martin Luther Latince metinleri Almancaya çevirerek dindeki reform hareketlerin başlamasına neden olmuştur. Bu anlamda Yücel şunları söylemektedir.

> *Çevirinin evdeki annenin, sokaktaki çocuğun, pazardaki sıradan adamın diline indirgemesi anlamına gelmektedir. Fakat Luther, İncil dilinin halkın anlayabileceği düzeye indirgenmesinin onu kötü kullanmakla eşdeğer olmadığını, çevirmenin bir anlamda halka örnek olabilecek, onu geliştirebilecek iyi bir Almancayı kullanması gerektiğini vurgulamaktadır (Yücel, 2016:709).*

Martin Luther'in her ne kadar kutsal kitap İncil'in metinlerinin anlaşılması için halkın dilini ölçüt alsa da, burada asıl amaç İncil'in farklı dillere de çevrilebileceğini göstererek Hıristiyanlığın yayılmasını sağlamaktır. Ayrıca bu dönemde tüm dinsel yasaklamalara karşın özellikle tıp, matematik ve astronomi alanlarındaki Antik Yunanca eserlerin Avrupa dillerine çevrilmesi Rönesans'ın başlamasını sağlamıştır.

4. AYDINLANMA DÖNEMİNDE ÇEVİRİ EYLEMİ

Aydınlanma döneminin başlamasında çeviri etkinliğinin çok önemli rolü olmuştur. Özellikle Antik dönemin yeniden keşfedilerek insan merkezli hümanist düşüncenin oluşması çeviri eyleminin bir sonucudur. Çeviri yoluyla Avrupalılar farklı kültürden filozofları da tanıma şansı bulmuşlardır. Bu konuda Aktaş şöyle söylemektedir.

> *Rönesans'ın başlangıcıyla birlikte yoğunluk kazanan çeviri hareketi, doğulu bilginlerin Avrupa'da tanınmasına vesile olmuştur ve bu bilginlerin eserleri, Rönesans döneminde, İngilizce, Fransızca, Almanca, İtalyanca ve İspanyolca gibi çeşitli Avrupa dillerine çevrilmiştir (Aktaş, 1996:27).*

O dönemde büyük keşifler ve icatlar da yapılmıştır. Özellikle toplumun sosyal yapısında değişikler gündeme gelmiş ve burjuva sınıfı güçlenmiştir. O dönemde çevirmenler soylu sınıfında yer almışlar ve çeviri faaliyetlerinin gelişmesinde büyük rol oynamışlardır. Maddi anlamada kaygıları olmayan bu çevirmenler geçmiş deki kültür hazinelerine ulaşarak, halkın konuştuğu dillere çeviriler yapmışlardır. Sözcüklere odaklanma yerine içerik akılcı ve eğitici olarak basitçe anlaşılır daha evrensel çeviriler yapılmıştır. Bu anlamda Yücel şöyle düşünmektedir.

> *".....Aydınlanma döneminin dünyaya bakışını yansıtan dildeki evrensellik ve akılcılık anlayışı, toplumun ve bireyin eğitilmesi ve aydınlatılması, okurun yararına ve zevkine uygun dilin/konuların seçilmesi, çeviri edimine olan yaklaşımı da belirlemiştir" (Yücel, 2016:97).*

Çevirilerin, matbaa yoluyla çoğaltılarak halka ulaştırılması, tüm Avrupa dillerinin her birinin sözcük bakımından zenginleşmesine ve kendilerine özgün ortak bir dilbilgisi yapısının oluşmasına da yardımcı olmuştur. Antik çağ eserlerinin kaynak dilden erek dile çevrilmesi, insanların kendi özlerine dönmelerini ve Orta Çağ döneminde yaşanan olumsuzlukların sorgulanmasını sağlamıştır. Dönemin akılcılık dönemi olması nedeniyle insan aklının her tür olgunun üstünde olması gerekliliği ve tüm insanlık dünyasında aklın evrensel oluşu, dillerin temelde ortak bir noktada buluştuğu düşüncesi, çeviri eyleminde de kendini göstermiştir. Çeviride içerik çok önemli hale gelmiştir. Bu anlamda Yücel şu şekilde düşünmektedir.

Çevirinin Aydınlanma Döneminde genel anlamda neden önem kazandığını anlayabilmek için, çeviriye yüklenen işleve bakmak gerekir. Toplumda okur- yazar oranının artmasıyla düşüncelerin paylaşılır, yararlı olmasına verilen değer, yapılan çevirilerin de anlaşılır olmasına yol açmıştır. Dolayısıyla çeviride biçemden çok içerik ön plana alınmıştır. Dilin iletişimdeki işlevinin artmasıyla toplumda bir dil bilinci oluşmaya başlamıştır (Yücel, 2016:88).

5. FRANSIZ DEVRİMİ SONRASI ÇEVİRİ EYLEMİ

Fransız Devriminden sonra çeviri faaliyetleri oldukça hızlanmıştır. Bunun nedeni tüm Avrupa'da toplumsal değişim ve dönüşümün gündeme gelmesidir. Bir arada yaşayan toplumlar, Ulus-Devlet kavramının ortaya çıkmasıyla yeni devletler kurmuşlardır. Tüm bunlar, çevirilerin her dilde yapılarak herkese her alanda (özellikle hukuk) yeniliklerin ulaştırılması nedeniyle gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda çevirinin aklın ve bilimin baskısından kurtulup daha özgür halde içeriğin anlaşılmasına dayalı yorumlamaya yönelmesine neden olmuştur. Yalçın'ın bu konuda düşünceleri şu şekildedir.

18. yüzyıl sonlarında ve 19. Yüzyıl başlarında çeviri ile ilgili ilginç görüşler ortaya atılmıştır. Çevirinin bir yorum sanatı olduğunu ileri süren Alman Friedrich Schleiermacher (1768-1834) yazın çevirisi için ayrı bir alt-dilin (sublanguage) yaratılması gerektiğini dile getirmiştir. Böylece klasik çeviri anlayışı artık yerini içeriği anlama ve yorumlamaya dayalı bir çeviri anlayışına bırakmıştır (Yalçın,2015:24).

Bu dönem sanayi alanında da büyük gelişmeler olmuştur. Sanayi devrimi ile birlikte, bu alanda olan gelişmelerin yakından takip edilmesi için teknik çeviri ön plana çıkmıştır. Özel alan çevirileri gerekli hale geldiğinden artık çeviri eğitiminin verilmesi gerekliliği ve yapılan çevirilerin eleştirisi yapılması düşüncesi ortaya atılmıştır. Kullanılan çeviri teknikleri arasında dengenin olması önemli hale gelmiştir. Köksal'a göre;

Çeviri alanında on sekizinci yüzyılda iki önemli gelişme gözlenmektedir. Bunlardan birisi 1750'li yıllara kadar nesir çevirisinde birebircilik ve serbestlik arasında bir dengeye ulaşılması, diğeri de bol miktarda teknik çevirinin yapılmasıdır (Köksal, 2005:22).

Bu dönem de Osmanlılarda (Lale Devrinde) ilk toplu çeviri hareketi başlatılmış ve birçok bilimsel yayın çevirisi yapılmıştır. Yine bu dönemde Mühendislik alanında birçok okul açılarak, bu alanlarda batı dillerinden yapılan çeviri yoluyla eğitim gerçekleştirilmiştir. Bu batılılaşma süreci sonucunda Osmanlı toplumunda bir dönüşüm hareketi başlamıştır. Yazıcı'nın konuyla ilgili görüşleri şöyledir.

Lale Devrinin yarattığı ve Tanzimat'a kadar uzanan bu akım, ister istemez yazınsal olduğu kadar, bilimsel akışın da yönünü değiştirmeye başlayacaktır. Tercüme Heyetine ilk gereksinim duyulması, Müslüman çoğunluğa ilk kez matbaa izninin verilmesi ve yeni eğitim kurumları ve ona bağlı olarak yeni kütüphanelerin kurulması, toplumsal yapıdaki geçiş sürecinin somut örnekleri olarak değerlendirilebilir (Yazıcı, 2004:87).

Osmanlı devletinin ihtiyaç duyduğu elçilik tercümanlarının yetiştirilmesi amacıyla açılan Tercüme Odası bu dönemin en büyük yeniliklerinden biridir. Ayrıca bu dönemde Türk yazını Fransız edebiyatından yapılan çevrilen sayesinde yazın türleri ((Roman, Drama, Deneme gibi) konusunda kendini geliştirme şansını elde etmiştir.

6. 20. YÜZYL ÇEVİRİ EYLEMİ

20. yüzyılda sıcak savaş dönemleri sona ermiş ve ülkeler arasında her alanda uluslararası ilişkiler kurulmuştur. Teknolojik gelişmelerin takibinin yapılabilmesi açısından teknik çeviri oranında bir hayli artış görülmüştür. Yine bu yüzyılda makine çevirisi çeviri tekniğine büyük katkı sağlamıştır. Ayrıca farklı resmi dillere sahip yeni devletler kurulmuş ve buna paralel olarak çeviri etkinliğinin alanıda genişlemiştir. Bu analamda Aktaş'ın çeviri etkinliği ile ilgili düşünceleri aşağıdaki gibidir.

Yirminci yüzyılda yeni devletlerin kurulması ve resmi dil sayısının artmasıyla birlikte, çeviri alanındaki gelişmeler hız kazanmış ve bu alanda daha akademik çalışmalar yapılmıştır. Bu dönemde, çeviride üsluptan çok içeriğe önem verilmiştir. Ancak, bu konudaki bilimsellik arayışları yirminci yüzyılın ikinci yarısına kalmıştır (Aktaş,2016:5).

Bu yüzyılda dünyada daha çok çevirinin nasıl olması gerektiği ve çeviri kuramları üzerinde çalışmalar yapılmıştır. Dilbilimin bir alt disiplini olarak görülen 20. Yüzyıl çeviri etkinliğinin diğer bağımsız bilimsel alanlarla olan

ilişkileri ve çeviribilimin dilbilimden bağımsız bilimsel bir alan olarak doğuşunun gündeme geldiği bir dönemdir. Bu anlamda Yücelin görüşleri şöyledir.

> *Çevirinin bilimsel bir nitelik kazanması, edebiyat ve dilbilim gibi alanlara oranla bilimsel ölçütlerinin oluşmasının gecikmesi, bu alanda bütünsel ve genel geçer yaklaşımları geliştirme güçlüğünden kaynaklanmaktadır. Bu da çevirinin kendi kimliğini ortaya koymasını doğal olarak ertelemiştir. Fakat yirminci yüzyılın ikinci yarısından başlayarak çevirinin birçok alanda vazgeçilmez bir gereksinim konumuna gelmesi, çeviri uygulamalarının bu alanlara ilişkin daha ayrıntılı çalışmaları yapmasını gerektirmiştir (Yücel, 206:142).*

Özelikle çevirinin yapıldığı kaynak metnin ait olduğu kültürün de tanınmasının gerekliliği gündeme gelmiştir. Kültür odaklı çevirinin yanında, çeviri yapılırken kültürün pratik olarak uygulandığı toplum yapısının da bilinmesi çok önemli hale gelmiştir. Çevirinin kendine özgü süreci içerisinde kültürlerarası bir iletişim etkinliği olduğu ve çeviribilim uygulamalarının bu yönde araştırmaları yönelmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu konuda Arı şöyle düşünmektedir.

> *Çeviriyi dilbilimsel metin çözümlemelerinin ötesine geçirerek, kültürel bağlamın çevirinin şekillenmesinde ve aktarımındaki önemini ortaya çıkmasıyla çeviri araştırmalarının yönü kültürbilim ve sosyolojiye kayar. (…….). Çevirinin kültürlerarası bir aktarım olduğu varsayımıyla, çeviride kültürel öğelerin nasıl karşılandığı ve çevirinin erek kültür içinde nasıl konumlandığı bu iki ekolün (H.Vermeer ve Even Zohar) yaklaşımını temsil eder (Arı, 2016:8).*

Türkiye Cumhuriyeti kurulmasıyla birlikte, çeviri eylemine oldukça çok hız verilerek her alanda çeviri yapılmıştır. Bu nedenle devlet tarafından Tercüme büroları kurdurulmuş ve özellikle dünya klasiklerinin çevirileri yaptırılmıştır. Dönemin Milli Eğitim Bakanı Hasan Ali Yücel'in katkılarıyla edebi eserlerin yanında tarih, felsefi ve bilimsel eserlerinde çevirileri yapılmıştır. Köksal'ın bu konuda şunları söylemektedir.

> *Cumhuriyet döneminde Hasan Ali Yücel'in Milli Eğitim Bakanı olduğu sıralarda (1936-1946), Tercüme Bürosu, Sebahattin Eyüboğlu'nun da büyük katkılarıyla 1940 yılında düzenlendi ve 1940 ile 1946 yılları arasında 500'den fazla ve 1973 yılına kadar da toplam 891 kitap Türkçeye çevrilip yayınlandı. Bu çeviriler düşünürlerimizin ve edebiyatçılarımızın ufkunu genişlettiği gibi Atatürk tarafından başlatılan Kültür Devrimine de katkıda bulunmuştur (Köksal, 2005:31).*

Çeviri teknolojisinin gittikçe otomatikleştiği günümüzde artık çeviri programlarının oluşturulduğu bilgisayar ortamları gittikçe yoğunlaşmaktadır. Özellikle internet ortamında kolayca her tür bilgiye ulaşma olanağının bulunması çeviri tekniklerine ayrı bir boyut kazandırmıştır. Bu nedenle çeviribilim eğitimi üniversite seviyesinde verilmeye başlanmış ve iyi eğitim görmüş çevirmenler yetiştirilmesine önem verilmiştir.

7. SONUÇ

Bugüne gelene kadar, çeviri olgusu tarihsel süreç içerisinde, değişik aşamalardan geçmiştir. İnsanlık tarihinin başlamasıyla birlikte çeviri olgusu da başlamış ve insanlığın uygarlaşmasına katkıda bulunmuştur. Çeviri eylemi, farklı dillerin ve toplumların anlaşmasına aracı olmasının yanında ilk dönemlerde insanlığın yaşamsal ihtiyaçlarını karşılamış ve onların hayatlarını devam ettirmesine yardımcı olmuştur.

Daha sonraki dönemde çeviri eylemi, insanlığın kutsal saydığı dini değerlerin değişik toplumlar arasında yaygınlaşması sağlamıştır. Dini kitapların farklı dillere çevrilmesi, dini bilgilerin anlaşılmasını sağlamış ve Ortaçağ öneminde din üzerinden kazanç elde eden kimselerin hakimiyetine son vermiş ve bireylerin kendi akıllarını kullanmasını sağlamıştır.

İnsan merkezli hümanist düşüncenin yeniden ortaya çıkarılması ve varlığını sürdürmesi etkin şekilde antik eserlerin çevirisi yoluyla olmuştur. Matbaanın keşfedilmesi çeviri eserlerinin daha kolay ve hızlı şekilde çok kimsenin eline geçmesine olanak sağlamıştır. Bu nedenle çeviri eylemi toplumların düşüncelerini değişerek sosyal yapılarının değişmesine katkıda bulunmuştur.

Son yüzyılda özgün bir bilim dalı haline gelen "Çeviribilim", farklı bilimsel alanlarla çok yakın ilişkisi olması nedeniyle, çeviri eğitiminin daha ciddi kurumlar aracıyla çok yönlü ve donanımlı çevirmenlerin eğitilmesi kaçınılmaz haline gelmiştir.

8. KAYNAKÇA

Aktaş, Abdullah (2016). Dünyada ve Türkiye'de Çeviri Tarihi, Net Tercüme, Ankara

Aktaş, Tahsin (1996). Çeviri işlemine Genel Bakış, Orsen Matbaacılık, Ankara

Asutay, H., "Dil Kültür ve Eğitim" Eğitim Kitabevi Yayınları,ISBN: 978-975-8890-34-7, Konya 2007.

ASUTAY, Hikmet / ERGİN, Demirali Yaşar (2018) "Balkan Eğitim Araştırmaları / Trakya Üniversitesi Yayın No: 195, ISBN: 978-975-374-201-6, Trakya Üniversitesi Yayınları, Edirne https://bys.trakya.edu.tr/file/open/58236613

Arı, Sevinç (2016). Çeiri ve kültürel Semboller, Değişim Yayınları, İstanbul

Ergin, Demirali Yaşar; Ermeğan, Burçin. (2011). "Çok Kültürlülük Ve Sosyal Uyum". Uluslararası ICONTE 2011, 27-29 Nisan 2011 Antalya- Türkiye

Ergin, Demirali Yaşar (1991). "Örnekleme". İstanbul: Marmara.Ü. Atatürk Eğitim Fak. Eğitim Bil. Derg, Sayı:3, ss. 111-124.

Eruz, Sakine (2003). Çeviriden Çeviribilime, Multilingual Yabancı Dil Yayınları, İstanbul

Kızıltan, Rezzan (2001). Aydınlanma ve Erken Romantizmin Edebi Çeviri Kuramları, Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi 41, 1 s.37-68 Koba, Senem(2012). Çeviri Tarihi, ÇeviriBlog

Köksal, Dinçay (2005). Çeviri Eğitimi: Kuram ve Uygulama, Nobel Yayın Dağıtım, Paradigma Kitabevi, Çanakkale

Soyer, Senem (2015). Kültürel İfadelerin Çevirisi ve Yabancı Dil Öğretimi Açısından Önemi, Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 12/15, p. 567-578

Stolze, R. (1997). Übersetzungstheorien, Eine Einführung. 2. Auflage. Tübingen: Gunter Narr Verlag.

Yalçın, Perihan (2015). Çeviri Stratejileri Kuram ve Uygulama, Grafiker Yayınları, Ankara

Yazıcı, Mine (2004). Çeviri Etkinliği, Multilingual, İstanbul

Yücel, Faruk (2016). "Çevirinin Tarihi" Çeviribilim Yayınları, İzmir

Otizm Farkındalık Ölçeğinin Geliştirilmesi

Dr. Öğretim Üyesi Demirali Yaşar Ergin[1] **Hatice Ece Geç[2]**

[1] Trakya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Ölçme ve Değerlendirme Anabilim Dalı, Edirne-Türkiye, demiraliergin@gmail.com

[2]Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Engelli Çalışmaları Yüksek Lisans Öğrencisi, Edirne-Türkiye, ece.973@gmail.com

Özet: Otizmin görülme sıklığı günden güne artmaktadır. Erken teşhis ve eğitim, otizmli bireylerin yaşamlarını kolaylaştırmada oldukca önemlidir. Benzer şekilde otizmin belirtileri ve özelliklerinin de herkes tarafından bilinmesi önem taşımaktadır. Otizm farkındalığına, otizme yönelik bilinçlenmeyi sağlamaya yönelik değişik etkinlikler düzenlenmektedir. Bu uygulamaların gerçekten etkili olup olmadığının da saptanması, bunun sonucunda uygulanmakta olan politika ve stratejilerin gözden geçirilmesi gerekmektedir. Bu nedenlerden dolayı öncelikle otizm farkındalık düzeyinin ölçülebilmesi ön plana çıkmaktadır.

Çalışmanın amacı alan uzmanları dışındaki kişilerin otizm hakkındaki farkındalık düzeylerini saptamaya yönelik tutum ölçek geliştirmektir. Çalışma, Araştırmada Trakya (Edirne, Tekirdağ, Kırklareli) illerinde yaşamakta olan değişik yaş ve kültür düzeyindeki kişiler evrenini temsil etmek üzere 295 katılımcı örneklemi oluşturmuştur. Veri toplama aracı olarak, araştırmacılar tarafından hazırlanan "Otizm Farkındalık Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçek, otizm spektrum bozukluğuna dair temel bilgileri içeren 3'lü derecelemeli 21 maddeden oluşmaktadır.

Ölçek geliştirme istatistikleri olarak altboyutları belirlemek için varimax rotated açımlayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Her alt boyut için ayrı ayrı madde-toplam korelasyon katsayısı ve madde-hariç toplam korelasyon katsayısı hesaplanarak içtutarlık belirlenmiştir. Aynı şekilde maddelerin ayırt etme gücünü saptamak için üst çeyrek ve alt çeyrekler arası t-testi uygulanmıştır. Ölçek ve alt boyutlar için cronbach ve rulon katsayıları hesaplanarak güvenirlik belirlenmiştir. Yapılan istatistiksel işlemler sonrasında ölçeğin geçerli, güvenilir ve kullanılabilir olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Otizm, farkındalık, ölçek geliştirme, geçerlik, güvenirlik

1. GİRİŞ

Otizm, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de son yıllarda sıklıkla görülmeye başlanan bir nöro-gelişimsel bozukluktur. "Otizmli" olarak tanımlanan çocukların genellikle başkalarıyla iletişim kurmadığı veya kurmakta zorlandığı, değişik takıntılara sahip oldukları, sosyal anlamda akranlarından gerilik gösterdikleri ve günlük yaşamı sürdürmede zorlandıkları gözlemlenmektedir (Kırcaali-İftar, G. 2013).

Otizm, bireyin dış dünyadaki uyaranları algılamasını, aldığı bilgileri düzene koymasını etkileyen hayat boyu devam eden gelişimsel bir bozukluktur. Kaynağı psikolojik değil nörolojiktir, yani beynin işlev bozukluklarına bağlıdır. Otizmin merkezi sinir sistemi ve beynin yapısındaki organik farklılık ya da bozukluktan kaynaklandığı düşünülmektedir (Tohum Otizm Vakfı, 2008).

Aydın (2008)'e göre ise otizm; bebeklikten başlayarak karşısındakinin gözüne bakmama, ortak dikkat ve işaret etme davranışlarındaki yetersizlik ve isteksizlikle kendini belli eden, ilerleyen zamanlarda da insanlarla ilişki kurmakta güçlük yaşama, aynılığı koruma isteği, tekrarlayan davranışlar ile tekrarlayıcı konuşma ve sembolik oyun davranışlarındaki yetersizliklerin görüldüğü bir iletişim problemidir.

Otizmin nedenleri hala tam olarak bilinmemekle birlikte, nörolojik, genetik ve çevresel birtakım etmenlerin etkili olduğu düşünülmektedir. Otizmin hemen her kromozomla ilişkili olduğu gösterilmiş fakat tutarlı bir şekilde kesin olarak neden olan gen henüz saptanamamıştır. Otizmle ilgili olduğu düşünülen genler 15. Kromozom, 13. Kromozom, 6. 7. Kromozom üstünde yer almaktadır (Gillberg, 1998; Akt. Korkmaz, 2000). Ancak tek başına bu genlerin ilgili olmadığı, birden fazla genin çevresel etmenlerle bir araya gelerek otizme sebep olduğu düşünülmektedir. Yapılan pek çok araştırmada 22. kromozomdaki sayısal ya da yapısal anormalliklerle meydana geldiği belirtilmiştir (Motavallı Mukaddes ve Hergüner, 2007). Otizmin nörolojik olarak geliştiğine ilişkin kanıtlardan bazıları ise şöyledir; bir çok nörolojojik- nörometabolik ve nörogenetik hastalığın otizm belirtilerine yol açması, nöropsikolojik testler, beyin EEG'si, gibi yapılan elektro fizyolojik incelemelerde izlenen anormal bulgular, otizmli çocukların kanında ve diğer bulgularda saptanan nörokimyasal bozukluklar, otizmli çocuğa sahip ailelerde veya otizmli ikiz, kardeşlerde yapılan incelemeler, çevre-gen etkileşiminin var olduğunu ve bağışıklık sistem ile metabolizma bozukluklarını kanıtlar niteliktedir (Korkmaz, 2000).

Otizm spektrum bozukluğu şu üç alandaki yetersizliklerle kendini gösterir; a) sosyal etkileşim sorunları, b) iletişim sorunları ve c) sınırlı/ yineleyici ilgi ve davranışlar.

Sosyal etkileşim sorunları içerisinde; sosyal etkileşim için gerekli sözel olmayan davranışlarda yetersizlik (göz kontağı kurmama, konuşurken jest mimik kullanmamak), yaşa uygun akran ilişkileri geliştirememek (akranlarla etkileşimde bulunmamak, arkadaşlık kurmakta zorlanmak), başkalarıyla ilgi, zevk paylaşımında sınırlılık (yalnız kalmayı tercih etmek, sözel övgülere tepkisiz kalmak), sosyal duygusal davranışlarda sınırlılık(başkalarının duygularını anlamada yetersiz kalmak, başkasının ilgisi karşısında tepkisiz kalmak) olarak kendini gösterir (Kırcaali-İftar, 2013).

İletişim sorunları içerisinde; dil gelişiminde gecikme (iki yaşından büyük olup tek bir sözcük söylememek, üç yaşından büyük olup iki sözcüklü ifadeler kullanmamak), karşılıklı konuşmada zorluk (iletişim başlatma ve sürdürmede sınırlılık, konuşma konularında seçici olma), sıra dışı ya da yineleyici dil (ekololi, didaktik konuşma), gelişimsel düzeye uygun olmayan oyun (sembolik ve sosyal oyunda yetersiz olmak) yer alır (Kırcaali-İftar, 2013).

Sınırlı/ yineleyici ilgi ve davranışlar ise; sınırlı alanda yoğun ilgi ve sıra dışı ilgiler (belli takıntılara sahip olmak), rutinlere aşırı bağlılık , yineleyici davranışlar (sıra dışı beden ve el hareketleri sergilemek), nesnelerle ilgili sıra dışı ilgiler ve takıntılardır (nesneleri sıra dışı amaçlarla kullanmak, hareket eden nesnelere aşırı ilgi göstermek) (Kırcaali-İftar, 2013).

Amerikan Psikiyatri Birliği, otizm tanısı koyulabilmesi için, bir çocuğun yukarıda belirtilen on iki belirtiden en az altı tanesini göstermesi gerektiğini, bu belirtilerden en az iki tanesinin sosyal etkileşim sorunları alanından, en az birer tanesinin ise diğer iki alandan olması gerektiğini belirtmektedir. Bu belirtilerden en az birinin ise 36 aylıktan önce ortaya çıkması gerekmektedir (Ozonoff & Rogers, 2003).

Otizm tanısının 36 aylıktan önce konularak hemen eğitime başlanması; çocuğun öz bakım becerilerinin gelişmesi, sosyalleşmesi, iletişim becerilerinin artması açısından çok büyük önem taşır.

Otizmli bireylerin fiziksel görünüşlerinde ve fiziksel gelişimlerinde bir eksiklik ya da farklılık gözlemlenmediği için, bebekliğin erken döneminde tanılamak pek kolay olmaz. Ancak çok dikkatli ebeveynler, bebeklerin çok fazla temastan hoşlanmadıklarını, huzursuz göründüklerini, yemek yedirme ve uykuda problemleri olduğunu belirtmektedirler. Dikkat çeken diğer özellikler ise; 9 aydan itibaren oynanabilen cee oyununa tepki vermemeleri, bir yerden ayrılırken bay bay yapmadıkları gibi davranışlardır. Ancak ebeveynler bu özellikleri, bir uzman sorduğunda yanıtlarken fark etmektedirler. Ebeveynleri bir doktora yönlendiren ise, genellikle çocuğun iki yaş civarında olup konuşmaması, yaşıtları gibi iletişim kurmamaları, isteklerini kendi ellerini kullanmak yerine başkalarının ellerini kullanarak belirtmeleridir (Aydın, 2010). Ebeveynler genellikle bu belirtileri çok ciddiye almamakta, düzelir diye düşünmektedirler. Dolayısıyla tüm ebeveynlerin otizm belirtilerini bilmesi, otizmin temel özelliklerine hakim olması otizmli çocukların erken teşhisi açısından oldukça önemlidir.

Ülkemizde otizmli olan çocukların nerede, hangi kurumda eğitim alacaklarına Rehberlik Araştırma Merkezleri'nde (RAM) oluşturulmuş olan Özel Eğitim Değerlendirme Kurulu tarafından karar verilmektedir. Bu kurul çocuğu eğitsel olarak değerlendirmekte ve tanılamaktadır. Eğitsel değerlendirme ve tanılama sonucuna göre otizmli çocuk için uygun olan en az sınırlandırılmış eğitim ortamı ve destek özel eğitim hizmetine yönelik öneride bulunulur. Zorunlu eğitim çağındaki otizmli çocuklar, kendileri için açılan özel eğitim kurumu olan OÇEM'lerde otizmli akranlarıyla birlikte eğitim alabilir. Bu kurumlarda temel amaç çocukların öz bakım ve günlük yaşam becerileri ile işlevsel akademik becerilerini geliştirmek ve topluma uyumlarını sağlamaktır. Yahut genel eğitim kurumlarında normal gelişim gösteren akranlarıyla birlikte aynı sınıfta eğitimlerine devam ederler (Sucuoğlu, 2013). Otizmli çocukların her birinin gelişimsel özelliklerine göre, bir yıl içinde öğreneceği hizmetleri içeren Bireyselleştirilmiş Eğitim Programı (BEP) hazırlanır.

Otizmin günümüzde bilinen tek çaresi erken ve yoğun özel eğitimdir. Otizmli çocukları veya otizm riski altında olan çocukları ayırt etmek, en erken sürede tanıyı koyabilmek, sunulacak hizmetleri planlamak için iyi bir gözlem ve değerlendirme şarttır. Çocuklara bir uzman tarafından tanı koyulmadan önce, çocuğun gelişiminin normal seyretmediği genellikle bir yetişkin tarafından fark edilir. Risk altındaki çocuk ne kadar erken fark edilir, eğitime ne kadar erken başlanırsa çocuğun gelişimi o denli olumlu yönde olacaktır. Dolayısıyla çocuğun etrafındaki herkesin, özellikle de ebeveynlerin otizmin belirtilerini, otizme dair farklılıkları bilmesi son derece önemlidir.

Son zamanlarda ülkemizde ve dünyada otizmin teşhisinde geç kalınmaması için ve otizm farkındalığını arttırmaya yönelik çalışmalar giderek artmaktadır. 2 Nisan gününün dünyada otizm farkındalık günü ilan edilmesiyle birlikte özellikle o günde otizme dair farkındalık kampanyaları düzenlenmekte, medyada otizme

sıkça yer verilmektedir. Otizmli çocuklar için büyük markalar o günde koşu maratonu gibi büyük etkinlikler düzenleyerek otizme dikkat çekmeye çalışmaktadır. Ayrıca yine son zamanlarda ülkemizde birçok televizyon dizisinde otizmin adı geçmekte, otizmin belirtilerinden bahsedilmekte, oyunculara otizmli birey rolü verilmektedir. Büyük şirketler otizme destek olmak için kendi ürünlerine otizme dair sloganlar basmaktadır. Sivil toplum örgütleri ve otizm vakıfları da yine otizmi duyurabilmek için birçok farklı çalışmalar yürütmektedir.

2. YÖNTEM

Çalışmanın amacı alan uzmanları dışındaki kişilerin otizm hakkındaki farkındalık düzeylerini saptamaya yönelik tutum ölçek geliştirmektir. Çalışma, Araştırmada Trakya (Edirne, Tekirdağ, Kırklareli) illerinde yaşamakta olan değişik yaş ve kültür düzeyindeki kişiler evrenini temsil etmek üzere 295 katılımcı örneklemi oluşturmuştur. Veri toplama aracı olarak, araştırmacılar tarafından hazırlanan "Otizm Farkındalık Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçek, otizm spektrum bozukluğuna dair temel bilgileri içeren "bilmiyorum, katılmıyorum, katılıyorum" seçenekli 21 maddeden oluşmaktadır.

Ölçek geliştirme istatistikleri olarak altboyutları belirlemek için varimax rotated açımlayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Her alt boyut için ayrı ayrı madde-toplam korelasyon katsayısı ve madde-hariç toplam korelasyon katsayısı hesaplanarak içtutarlık belirlenmiştir. Aynı şekilde maddelerin ayırt etme gücünü saptamak için üst çeyrek ve alt çeyrekler arası t-testi uygulanmıştır. Ölçek ve alt boyutlar için cronbach ve rulon katsayıları hesaplanarak güvenirlik belirlenmiştir. Yapılan istatistiksel işlemler sonrasında ölçeğin geçerli, güvenilir ve kullanılabilir olduğu belirlenmiştir.

3. BULGULAR

Ölçeğin faktör analizi doğru bilgi içeren maddeler için ayrı yanlış bilgi içeren maddeler için ayrı olarak yapılmıştır. Madde analizi istatistiklerinde de bu altbölünme dikkate alınarak devam edilmiştir.Ölçeğin yapı geçerliğini belirlemede "rotated exploratory factor analysis" kullanılmıştır. Doğru bilgi içeren maddeler için verilerin faktör analizi yapmaya uygunluğu KMO ve Barlett testleri ile değerlendirilmiş ve istatistiksel gereklilikleri karşıladığı saptanmıştır. (Tablo 1)

Tablo 1. KMO ve Bartlett Testleri

Kaiser-Meyer-Olkin		0,591
Bartlett	Kaykare	164,743
	sd	15
	p	0,000

Doğru bilgi içeren maddeler için Eigen değeri 1 ve daha yukarı olan bileşenlerin seçileceği şekilde yapılan analizde 2 faktör oluşmuştur. Açımlayıcı (extraction) yöntem olarak temel bileşenler (principal component) analizi kullanılmıştır. 2 bileşen (faktör) toplam değişkenliğin %49,729'unu açıklamaktadır. (Tablo 2)

Tablo 2. Açımlanan Toplam Değişkenlik

	İlk Eigen değerleri			Kareler Toplamı			Döndürülmüş Kareler Toplamı		
Bileşen	Toplam	Varyansın %	Birikimli %	Toplam	Varyansın %	Birikimli %	Toplam	Varyansın %	Birikimli %
1	1,895	31,576	31,576	1,895	31,576	31,576	1,869	31,158	31,158
2	1,089	18,153	49,729	1,089	18,153	49,729	1,114	18,571	49,729
3	0,997	16,621	66,350						

"Varimax rotated" faktör analizi sonuçlarına göre faktörler ve hangi maddeleri içerdikleri belirlenmiştir. Maddeler en yüksek eigen değerini gösterdikleri faktöre yerleştirildiklerinde ölçeğin 2 faktörden oluştuğu belirlenmiştir (Tablo 3).

Tablo 3. Rotated Component Matrix

		Bileşenler	
Item	Faktör	1	2
3) Otizm beynin işleyişiyle ilgili bir bozukluktur.	2	0,192	0,720
8) Otizmin bilinen tek çaresi eğitimdir.	2	0,039	0,505
12) Otizmli bireyler kalabalıkta bulunmaktan hoşlanmaz.	1	0,635	0,005

13) Otizmli bireyler karşılarındakiyle göz teması kurmaz.	1	0,576	-0,512
14) Otizmli bireylere isimleriyle seslenildiğinde tepki vermezler.	1	0,766	0,123
15) Otizmli bireylerin çoğu, genellikle konuşmaz.	1	0,714	0,252

Ölçeğin yapı geçerliğini belirlemede "rotated exploratory factor analysis" kullanılmıştır. Yanlış bilgi içeren maddeler için verilerin faktör analizi yapmaya uygunluğu KMO ve Barlett testleri ile değerlendirilmiş ve istatistiksel gereklilikleri karşıladığı saptanmıştır. (Tablo 4)

Tablo 4. KMO ve Bartlett Testleri

Kaiser-Meyer-Olkin		0,808
Bartlett	Kaykare	737,152
	sd	105
	p	0,000

Yanlış bilgi içeren maddeler için Eigen değeri 1 ve daha yukarı olan bileşenlerin seçileceği şekilde yapılan analizde 4 faktör oluşmuştur. Açımlayıcı (extraction) yöntem olarak temel bileşenler (principal component) analizi kullanılmıştır. 4 bileşen (faktör) toplam değişkenliğin %50,049'unu açıklamaktadır. (Tablo 5)

Tablo 5. Açımlanan Toplam Değişkenlik

	İlk Eigen değerleri			Kareler Toplamı			Döndürülmüş Kareler Toplamı		
Bileşen	Toplam	Varyansın %	Birikimli %	Toplam	Varyansın %	Birikimli %	Toplam	Varyansın %	Birikimli %
1	3,799	25,325	25,325	3,799	25,325	25,325	2,282	15,213	15,213
2	1,366	9,107	34,432	1,366	9,107	34,432	2,238	14,922	30,135
3	1,251	8,343	42,775	1,251	8,343	42,775	1,818	12,121	42,256
4	1,091	7,273	50,049	1,091	7,273	50,049	1,169	7,793	50,049
5	0,991	6,609	56,657						

"Varimax rotated" faktör analizi sonuçlarına göre faktörler ve hangi maddeleri içerdikleri belirlenmiştir. Maddeler en yüksek eigen değerini gösterdikleri faktöre yerleştirildiklerinde ölçeğin 4 faktörden oluştuğu belirlenmiştir (Tablo 6).

Tablo 6. Rotated Component Matrix

		Bileşenler			
Item	Faktör	1	2	3	4
1) Hiçbir otizmli birey normal akranlarıyla aynı sınıfta eğitim alamaz.	1	**0,555**	-0,022	0,013	0,504
2) Hiçbir otizmli birey okuma yazma öğrenemez.	2	0,264	**0,701**	-0,017	-0,066
4) Otizm dış görünüşten (bedensel olarak) anlaşılır.	1	**0,687**	0,223	0,112	-0,099
5) Otizm ergenlikten sonra da ortaya çıkabilir.	3	0,196	0,164	**0,657**	0,071
6) Otizm genellikle genetik olarak aileden aktarılır.	3	0,001	0,066	**0,773**	0,027
7) Otizm psikolojik bir rahatsızlıktır.	2	-0,180	**0,554**	0,211	0,319
9) Otizmin nedenleri arasında akraba evliliği vardır.	3	0,181	0,128	**0,723**	-0,120
10) Otizmin tedavisi sadece ilaçla sağlanabilir.	2	0,258	**0,620**	0,141	0,109
11) Otizmli bireyler akranlarıyla oyun oynarken zorluk yaşamaz.	1	**0,544**	0,114	0,006	0,056
16) Otizmli bireyler için ders programlarını ayrıca planlamak gerekmez.	2	0,064	**0,684**	0,146	0,043
17) Otizmli bireyler kendilerine dokunulmasından (başını okşamak gibi) hoşlanır.	1	**0,487**	-0,010	0,216	0,145
18) Otizmli bireyler sosyalleşmekten hoşlanır.	1	**0,653**	0,211	0,231	-0,195
19) Otizmli bireylerin genelde bedensel engeli vardır.	1	**0,483**	0,463	0,024	0,020
20) Otizmli bireylerin hepsinin üstün yetenekleri vardır (sayıları akılda tutma, müzik aletleri çalma gibi).	4	0,056	0,187	0,013	**0,735**
21) Otizmli bireylerin okulda eğitime başlama yaşı normal çocuklarla aynıdır.	2	0,251	**0,429**	0,259	-0,402

Faktör analizi sonuçlarına göre belirlenen faktörler ve anlamları şöyledir; (Tablo 7)

Tablo 7. Faktörler

Doğru bilgi içeren	FA1	İletişim Özellikleri
boyutlar	FA2	Genel Özellikler
Yanlış bilgi içeren	FB1	Sosyal Özellikler

boyutlar	FB2	Eğitim Özellikleri
	FB3	Otizm Nedenleri
	FB4	Üstün Özellikler

Tablo 8. Test Toplamı İçin Boyutlararası İçtutarlık Analizi

	Madde-toplam korelasyon katsayısı			Madde- hariç toplam korelasyon katsayısı		
Faktör	rit	sd	p	rir	sd	p
İletişim Özellikleri	0,531	293	p<.01	0,225	293	p<.05
Genel Özellikler	0,331	293	p<.01	0,183	293	*
Sosyal Özellikler	0,804	293	p<.01	0,558	293	p<.01
Eğitim Özellikleri	0,694	293	p<.01	0,469	293	p<.01
Otizm Nedenleri	0,611	293	p<.01	0,346	293	p<.01
Üstün Özellikler	0,224	293	p<.05	0,078	293	*
	Rulon			Cronbach		
	0,542			0,574		

"Boyutlar arası içtutarlık güvenirliği saptamak için madde-toplam (item-total) korelasyon ve madde-hariç (item-remainder) toplam korelasyon katsayıları hesaplandı. Faktör toplamlarının ölçek toplamıyla ilişkilerini sorgulamak için hesaplanan Rulon=0.542, Cronbach α=0.574 olarak bulunmuştur. Bu analizlere göre tüm faktörlerin ölçeğin toplamı ile pozitif yönde ve içtutarlık gösterdiği görülmüştür (Tablo 8).

Tüm faktörlerin her biri için ayrı ayrı içtutarlık güvenirliği saptamak amacıyla madde-toplam korelasyon ve madde-hariç toplam korelasyon, Rulon, Cronbach α katsayıları hesaplandı. Bu analizlere göre tüm itemlerin faktör analiziyle belirlenmiş olan faktörleri ile içtutarlık gösterdiği görülmüştür. (Ek Tablo 9-13).

Otizm farkındalığı yüksek düzeyde olan bireyler ile düşük düzeyde olan bireyleri ayırt etme gücünü saptamak için üst çeyreklikteki bireyler ile alt çeyreklikteki bireyler arasında fark olup olmadığı t testi ile analiz edilmiştir. Faktör toplamlarının ölçek toplamına göre oluşturulan çeyreklikler arasındaki farkını sorgulamak için hesaplanan t testi sonuçlarına göre tüm faktörlerin ölçeğin toplamına göre yüksek ve düşük farkındalık düzetindeki bireyleri ayırt etmeye hizmet ettiği görülmüştür. (Tablo 14)

Tablo 14. Faktörler İçin Ayırtetme Gücü t Testi Sonuçları

	Üst Çeyreklik			Alt Çeyreklik			Karşılaştırma			
Faktör	n	$\overline{X}$	ss	n	$\overline{X}$	ss	t	sd	p	
İletişim Özellikleri	79	2,557	1,059	80	-0,188	2,129	10,244	157	p<.01	0,000
Genel Özellikler	79	1,772	0,598	80	0,938	0,998	6,365	157	p<.01	0,000
Sosyal Özellikler	79	5,709	0,736	80	0,925	2,433	16,719	157	p<.01	0,000
Eğitim Özellikleri	79	4,316	0,726	80	1,525	2,658	9,002	157	p<.01	0,000
Otizm Nedenleri	79	2,241	0,950	80	-0,838	1,775	13,569	157	p<.01	0,000
Üstün Özellikler	79	0,304	0,939	80	-0,288	0,750	4,358	157	p<.01	0,000

Tüm faktörlerin her biri için ayrı ayrı olmak üzere, otizm farkındalık düzeyleri yüksek olan bireyler ile düşük düzeyde olan bireyleri ayırt etme gücünü saptamak için t testi kullanılmıştır. Maddelerin faktör toplamına göre oluşturulan çeyreklikler arasındaki farkını sorgulamak için hesaplanan t testi sonuçlarına göre yüksek ve düşük farkındalık düzeyindeki bireyleri ayırt etmeye hizmet ettiği görülmüştür (Ek Tablo 15-19)

4. SONUÇ

Yapılan tüm istatistiksel analizler sonucunda 6 faktör ve 21 maddeden oluşan ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğuna, kullanılabilirliğine karar verilmiştir. 4 faktör (Sosyal Özellikler, Eğitim Özellikleri, Otizm Nedenleri, Üstün Özellikler) ve içerdiği 15 madde reverse (bilmiyorum 0, katılmıyorum +1, katılıyorum -1) diğer 2 faktör (İletişim Özellikleri, Genel Özellikler) ve içerdiği 6 madde düz değerlendirmelidir (bilmiyorum 0, katılmıyorum -1, katılıyorum +1). Tüm faktörlerde yüksek puanlar yüksek otizm farkındalık düzeyine işaret etmektedir.

KAYNAKLAR

Aydın, A. (2008). Sembolik Oyun Testinin Türkçeye Uyarlanması ve Okul Öncesi Dönemdeki Normal, Otistik ve Zihin Engelli Çocukların Sembolik Oyun Davranışlarının Karşılaştırılması. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Aydın, A. (2010). Otistik Çocuklar ve Eğitimleri. Öğretmenlik Programları İçin Özel Eğitim. Editör: N. Baykoç. Ankara: Gündüz Yayıncılık.

Gilberg, C. (2002). A Guide To Asperger Syndrome. UK: Cambridge University Press.

Kırcaali-İftar, G. (2013). Otizm Spektrum Bozukluğuna Genel Bakış. Otizm Spektrum Bozukluğu Olan Çocuklar ve Eğitimleri. Editör: E. Tekin-İftar, Ankara: Vize Basın Yayın.

Korkmaz, B. (2000). Pediatrik Davranış Nörolojisi. İstanbul Üniversitesi Yayınları.

Ozonoff, S., ve Rogers, S.J. (2003). From Kanner to Millenium. (Editörler: A Ozonoff, S. J. Rogers ve R. L. Hendren), Autism Spectrum Disorders: A research review for practitioners. Washington, DC: American Psiychiatric Pubslishing, Inc.

Sucuoğlu, B. (2013). Otizm Spektrum Bozukluğu Olan Çocuklar ve Kaynaştırma. Otizm Spektrum Bozukluğu Olan Çocuklar ve Eğitimleri. Editör: E. Tekin-İftar, Ankara: Vize Basım Yayın.

Tohum Otizm Vakfı. (2008). Otizm Tarama Projesi. İstanbul: Tohum Otizm Vakfı.

OTİZM FARKINDALIK ÖLÇEĞİ

Aşağıdaki ifadeleri okuyarak, size uygunluk derecesine göre her ifadenin karşısında bulunan seçeneklerden yalnızca birinin içine ✕ koyarak içtenlikle cevaplayınız.

		Bilmiyorum	Katılmıyorum	katılıyorum
1)	Hiçbir otizmli birey normal akranlarıyla aynı sınıfta eğitim alamaz.	☐	☐	☐
2)	Hiçbir otizmli birey okuma yazma öğrenemez.	☐	☐	☐
3)	Otizm nöro-biyolojik temelli bir bozukluktur.	☐	☐	☐
4)	Otizm dış görünüşten (bedensel olarak) anlaşılır.	☐	☐	☐
5)	Otizm ergenlikten sonra da ortaya çıkabilir.	☐	☐	☐
6)	Otizm genellikle genetik olarak aileden aktarılır.	☐	☐	☐
7)	Otizm psikolojik bir rahatsızlıktır.	☐	☐	☐
8)	Otizmin bilinen tek çaresi eğitimdir.	☐	☐	☐
9)	Otizmin nedenleri arasında akraba evliliği vardır.	☐	☐	☐
10)	Otizmin tedavisi sadece ilaçla sağlanabilir.	☐	☐	☐
11)	Otizmli bireyler akranlarıyla oyun oynarken zorluk yaşamaz.	☐	☐	☐
12)	Otizmli bireyler kalabalıkta bulunmaktan hoşlanmaz.	☐	☐	☐
13)	Otizmli bireyler karşılarındakiyle göz teması kurmaz.	☐	☐	☐
14)	Otizmli bireylere isimleriyle seslenildiğinde tepki vermezler.	☐	☐	☐
15)	Otizmli bireylerin çoğu, genellikle konuşmaz.	☐	☐	☐
16)	Otizmli bireyler için ders programlarını ayrıca planlamak gerekmez.	☐	☐	☐
17)	Otizmli bireyler kendilerine dokunulmasından (başını okşamak gibi) hoşlanır.	☐	☐	☐
18)	Otizmli bireyler sosyalleşmekten hoşlanır.	☐	☐	☐
19)	Otizmli bireylerin genelde bedensel engeli vardır.	☐	☐	☐
20)	Otizmli bireylerin hepsinin üstün yetenekleri vardır (sayıları akılda tutma, müzik aletleri çalma gibi).	☐	☐	☐
21)	Otizmli bireylerin okulda eğitime başlama yaşı normal çocuklardan farklıdır.	☐	☐	☐

EKLER

Tablo 9. Faktör 1 İçin Maddelerarası İçtutarlık Analizi

	Madde-toplam korelasyon katsayısı			Madde- hariç toplam korelasyon katsayısı		
Madde	rit	sd	p	rir	sd	p
i12	0,641	293	p<.01	0,384	293	p<.01
i13	0,485	293	p<.01	0,280	293	p<.01
i14	0,774	293	p<.01	0,463	293	p<.01
i15	0,765	293	p<.01	0,445	293	p<.01
	rulon			croanbach		
	0,669			0,601		

Tablo 10. Faktör 2 İçin Maddelerarası İçtutarlık Analizi

	Madde-toplam korelasyon katsayısı			Madde- hariç toplam korelasyon katsayısı		
Madde	rit	sd	p	rir	sd	p
i3	0,731	291	p<.01	0,025	291	*
i8	0,700	293	p<.01	0,024	293	*
	rulon			croanbach		
	0,547			0,546		

Tablo 11. Faktör 3 İçin Maddelerarası İçtutarlık Analizi

	Madde-toplam korelasyon katsayısı			Madde- hariç toplam korelasyon katsayısı		
Madde	rit	sd	p	rir	sd	p
i1	0,560	293	p<.01	0,315	293	p<.01
i4	0,703	293	p<.01	0,492	293	p<.01
i11	0,509	293	p<.01	0,324	293	p<.01
i17	0,592	293	p<.01	0,303	293	p<.01
i18	0,705	293	p<.01	0,524	293	p<.01
i19	0,590	291	p<.01	0,412	291	p<.01
	rulon			croanbach		
	0,691			0,656		

Tablo 12. Faktör 4 İçin Maddelerarası İçtutarlık Analizi

	Madde-toplam korelasyon katsayısı			Madde- hariç toplam korelasyon katsayısı		
Madde	rit	sd	p	rir	sd	p
i2	0,658	293	p<.01	0,492	293	p<.01
i7	0,577	293	p<.01	0,257	293	p<.01
i10	0,666	292	p<.01	0,455	292	p<.01
i16	0,675	292	p<.01	0,448	292	p<.01
i21	0,636	292	p<.01	0,303	292	p<.01
	rulon			croanbach		
	0,553			0,613		

Tablo 13. Faktör 5 İçin Maddelerarası İçtutarlık Analizi

	Madde-toplam korelasyon katsayısı			Madde- hariç toplam korelasyon katsayısı		
Madde	rit	sd	p	rir	sd	p
i5	0,765	291	p<.01	0,415	291	p<.01
i6	0,732	292	p<.01	0,406	292	p<.01
i9	0,764	292	p<.01	0,461	292	p<.01
	rulon			croanbach		
	0,519			0,614		

Tablo 15. Faktör 1 İçin Ayırtetme Gücü t Testi Sonuçları

	Üst Çeyreklik			Alt Çeyreklik			Karşılaştırma			
Madde	n	$\overline{X}$	ss	n	$\overline{X}$	ss	t	sd		p
i12	79	1,000	0,000	80	0,075	0,897	9,167	157	p<.01	0,000
i13	79	0,013	0,113	80	-0,388	0,646	5,421	157	p<.01	0,000
i14	79	1,000	0,000	80	-0,700	0,664	22,766	157	p<.01	0,000
i15	79	1,000	0,000	80	-0,688	0,667	22,474	157	p<.01	0,000

Tablo 16. Faktör 2 İçin Ayırtetme Gücü t Testi Sonuçları

	Üst Çeyreklik			Alt Çeyreklik			Karşılaştırma			
Madde	n	$\overline{X}$	ss	n	$\overline{X}$	ss	t	sd		p
i3	79	1,000	0,000	79	-0,089	0,909	10,583	156	p<.01	0,000
i8	79	1,000	0,000	80	0,025	0,914	9,485	157	p<.01	0,000

Tablo 17. Faktör 3 İçin Ayırtetme Gücü t Testi Sonuçları

	Üst Çeyreklik			Alt Çeyreklik			Karşılaştırma			
Madde	n	$\overline{X}$	ss	n	$\overline{X}$	ss	t	sd		p
i1	79	1,000	0,000	80	0,025	0,900	9,632	157	p<.01	0,000
i4	79	1,000	0,000	80	-0,138	0,924	10,939	157	p<.01	0,000
i11	79	1,000	0,000	80	0,375	0,753	7,381	157	p<.01	0,000
i17	79	1,000	0,000	80	-0,263	0,725	15,485	157	p<.01	0,000
i18	79	1,000	0,000	80	-0,013	0,819	10,988	157	p<.01	0,000
i19	79	1,000	0,000	80	0,350	0,843	6,850	157	p<.01	0,000

Tablo 18. Faktör 4 İçin Ayırtetme Gücü t Testi Sonuçları

	Üst Çeyreklik			Alt Çeyreklik			Karşılaştırma			
Madde	n	$\overline{X}$	ss	n	$\overline{X}$	ss	t	sd		p
i2	79	1,000	0,000	80	0,600	0,789	4,505	157	p<.01	0,000
i7	79	1,000	0,000	80	0,050	0,899	9,396	157	p<.01	0,000
i10	79	1,000	0,000	80	0,400	0,908	5,870	157	p<.01	0,000
i16	79	1,000	0,000	80	0,263	0,882	7,430	157	p<.01	0,000
i21	79	1,000	0,000	79	-0,405	0,743	16,706	156	p<.01	0,000

Tablo 19. Faktör 5 İçin Ayırtetme Gücü t Testi Sonuçları

	Üst Çeyreklik			Alt Çeyreklik			Karşılaştırma			
Madde	n	$\overline{X}$	ss	n	$\overline{X}$	ss	t	sd		p
i5	79	1,000	0,000	80	-0,788	0,544	29,200	157	p<.01	0,000
i6	79	1,000	0,000	79	-0,494	0,799	16,518	156	p<.01	0,000
i9	79	1,000	0,000	80	-0,600	0,722	19,692	157	p<.01	0,000

Aksaray'da DSİ Küçük Sulama Projelerinden Faydalanan Bazı Tarım İşletmelerinde Sulama Maliyetlerinin Etkinliğinin Belirlenmesi

Duygu AKTÜRK[1] Murat TEKİNER[2] Hasan ARISOY[3]

[1]Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarımsal Yapılar ve Sulama Bölümü

[2]Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü

[3]Selçuk Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü

Özet: Bugünlerde yaşanan küresel ekonomik krizden etkilenmemek ya da daha az etkilenmek için tüketici olmaktan daha çok üretici olmaya ihtiyacımız vardır. Bunu başarabilmek için de köyden kente kontrolsüz göçü engelleyecek tarım politikalarını hayata geçirmemiz gerekmektedir. Kırsal nüfusun refah düzeyini artırarak göçü engelleyebilmek amacıyla gerek sulu gerekse kuru tarım yapılan alanlarda kullanılacak bitki deseninin belirlenmesinde fizibilite çalışmalarına önem verilmesi bir zorunluluk haline gelmektedir. Bu bağlamda, Aksaray'daki 1.239 adet işletmeden tabakalı basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen 35'i sulu (projeli) ve 35'i kuru tarım (projesiz) yapılan toplam 70 işletmede ortak olarak yetiştirilen buğday, arpa, çavdar ve fiğde, verim, üretim değeri, değişken masraflar, brüt kar, maliyet ve nispi karlılıkları ayrıca söz konusu işletmelerin brüt gelirleri, hane halkı gelirleri ve istihdamdaki değişimleri de hesaplanmıştır. Bu hesaplamalar sonucunda; projeli alanlarda, verim, üretim değeri, değişken masraflar ve brüt karlar daha yüksek gerçekleşmiştir. Projeli ve projesiz alanlardaki işletmelerin dekardan elde ettikleri brüt gelir ortalamaları sırasıyla 536,90 TL ve 155,03 TL'dir. Projeli alanlardaki işletmelerde hane halkı gelirleri ortalama olarak 11.550 TL/ay iken projesiz alanlardaki işletmelerde 6.360 TL/ay olarak hesaplanmıştır. Projeli alanlardaki işletmelerde 552 erkek iş günü, projesiz alanlardaki işletmelerde ise 417 erkek iş günü çalışıldığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sulu ve kuru tarımda bitki deseni, değişken masraflar, brüt gelir, hane halkı geliri

GİRİŞ

Günümüzde yaşanan ekonomik krizlerden en az düzeyde etkilenmek amacıyla köyden kente kontrolsüz göç ederek tarımsal üretimi ve buna bağlı olarak tarımsal sanayi üretimini azaltan nüfusun refah düzeyini artırabilmemiz için bütüncül yaklaşıma sahip bir tarımsal üretim politikası geliştirmek zorundayız. Bu zorunluluğu yerine getirebilmenin bir yolu da sulu ve kuru tarım yapılan alanlarda doğru bitki deseninin seçilmesi ve bunun uygulanabilmesi için gerekli desteklemelerin ve bilgilendirmelerin yapılmasıdır.

Optimum üretim deseninin belirlenmesiyle gerek kıt kaynaklar en yüksek performansta kullanılacak gerekse girdi maliyetleri minimum düzeyde tutulabilecektir. Bu nedenle sulu ve kuru tarım alanlarında ortak yetiştirilen ürünlerin planlamada sulu ve kuru şartlardaki verim, maliyet, üretim değeri ve bunlara bağlı nispi karlılığın göz önüne alındığı ayrı değişkenler olmasının faydalı olacağı düşünülmektedir (Aktürk ve ark., 2017).

Bu çalışmada, Aksaray'daki Devlet Su İşleri Küçük Sulama Projeleri (DSİ-K) kapsamında inşa edilerek işletmeye açılan sulama şebekelerinden faydalanan ve faydalanmayan işletmelerle yapılan anket çalışması sonucunda her iki koşulda da üretimi yapılan ortak ürünlerin ekim alanları, verimleri, üretim değerleri, masrafları, brüt karları ve nispi karlılıkları hesaplanmış ve hangi ürünün hangi koşulda üretiminin yapılması gerektiği tartışılmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmada kullanılan veriler, Konya Ovası Projesi (KOP) Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığına ait "KOP Bölgesindeki Bitkisel Üretime Yönelik Sulama Projelerinin Ekonomik ve Sosyal Etkilerinin Değerlendirilmesi Çalışması" projesinden faydalanılarak elde edilmiştir.

MATERYAL VE YÖNTEM

Tarım işletmelerindeki sulu ve kuru tarım yapılan alanlarda ekonomik farklılığın belirlenerek optimum üretim planlamasına yardımcı olacak verilerin elde edilmesini amaçlayan bu çalışmanın ana materyalini Aksaray'daki DSİ-K kapsamında işletmeye açılan sulama şebekelerinden yararlanan (sulu-projeli) ve bu şebekelerden yararlanmayan (kuru-projesiz) üreticilerin faaliyet gösterdiği işletmelerden anket yolu ile elde edilen veriler oluşturmuştur. Bundan sonra sulama projelerinden faydalanan işletmeler "projeli" aynı bölgede kuru tarımla uğraşıp projelerden faydalanmayan işletmeler ise "projesiz" olarak anılacaktır.

Araştırmada anket yoluyla toplanan veriler 2015 üretim dönemine ait olup, anketler Aralık 2015-Şubat 2016 tarihleri arasındaki dönemde yapılmıştır.

Çalışma kapsamında yer alan Aksaray ilindeki ilçelere göre gerçekleştirilen sulama projelerinin sayısal dağılımı Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Aksaray ilinde ilçelere göre gerçekleştirilen DSİ-K sulama projeleri sayısı

İlçe	Proje sayısı
Merkez	12
Ağaçören	-
Eskil	4
Gülağaç	-
Güzelyurt	3
Ortaköy	3
Sarıyahşi	1
Toplam	23

Proje aşaması tamamlanan toplam 23 projeden 2'si (Tablo 2) gayeli olarak seçilmiştir. Projelerin gayeli olarak seçilmesinde her ilçenin coğrafi ve ekolojik yapı farklılıkları dikkate alınarak Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından belirlenen agroekolojik alt bölgeleri temsil etme durumu, projelerin etki alanındaki üretim potansiyeli ve ürün deseni, sulama sistem ve yöntemleri, doğal faktörler, tarım tekniği, işletme yapısı, ulaşım olanakları ve projelerin yapılış tarihi gibi kriterler dikkate alınmıştır.

Yukarıdaki özellikler dikkate alınarak belirlenen 2 projenin etki alanına giren ilçe ve köylerdeki işletme genişlikleri araştırmanın popülasyonunu oluşturmuştur.

Tablo 2. Sulama şebekeleri genel bilgileri

Sulama projeleri	Su kullanıcı örgütleri	İlçesi	Hizmet yılı	Başkanın mesleği
İncesu YAS S.	İncesu S. K.	Merkez	29	Çiftçi
Çiftevi-1 Göleti	Çiftevi-1 K.T.K.	Ortaköy	21	Muhtar

Popülasyonu temsil edecek işletme sayılarının belirlenmesinde tabakalı basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Yamane, 1967). Bu yönteme göre işletmeleri işledikleri arazi genişliğine göre homojen dağılım gösterecek şekilde tabakalara ayırarak örnek sayısı belirlenmiştir.

Projelerin tabakalara göre hesaplanan ve gerçekleştirilen anket sayıları Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3. Tabakalara göre hesaplanan ve gerçekleştirilen anket sayıları

İşletme genişlikleri (da)	İşletme sayıları	Örnek sayısı
1-50	437	12
51-100	598	17
101>	204	6
Toplam	1239	35
Anket sayısı	**Projeli**	**Projesiz**
	35	35
Toplam	70	

Projeli işletmelerden yukarıdaki yönteme göre 35 işletme bulunmuştur. Aynı bölgede projesiz işletmeleri söz konusu işletmeler ile karşılaştırabilmek için aynı sayıda işletme ele alınmıştır.

Tarımsal üretime ilişkin yapılan hesaplamalarda;

Her bir üretim faaliyeti ile ilgili ortalama fiziki ve mali değerler ağırlıklı ortalamalarla ifade edilerek, kullanılan toplam girdi miktarları ve değerleri, toplam ürünün ekim alanına bölünerek dekara üretim maliyetleri ortalama olarak hesaplanmıştır.

Birim ürün maliyetinin belirlenmesinde basit maliyet hesaplama yöntemi kullanılmıştır. Basit maliyet hesaplama yönteminde, birim alana yapılan toplam üretim masrafları birim alan verimine bölünmüştür (Kıral, ve ark., 1999).

Üretim faaliyetinin başarı düzeyinin belirlenmesinde, üretim faaliyetinin birim alana karlılık düzeyi ortaya konulmuştur. Bu amaçla, üretim faaliyetinin birim alana brüt ve net karları hesaplanmıştır (Kıral ve ark., 1999).

İncelenen işletmelerin tarımdan elde ettikleri bitkisel üretim gelirinin tespit edilebilmesi için gayri safi üretim değerleri hesaplanmıştır. Her bir üretim faaliyetinden üretilen ürünlerin üretim miktarları ile çiftlik avlusu fiyatlarının çarpılması sonucu üretim değerleri tespit edilmiştir (Erkuş ve ark, 1995).

İşletmelerde yapılan her bir üretim faaliyetinin brüt karlılığı (gelir); gayrisafi üretim değerlerinden değişken masrafların düşülmesi ile bulunmuştur. Brüt kar, işletmedeki bütün üretim faaliyetleri için ayrı ayrı hesaplanmıştır.

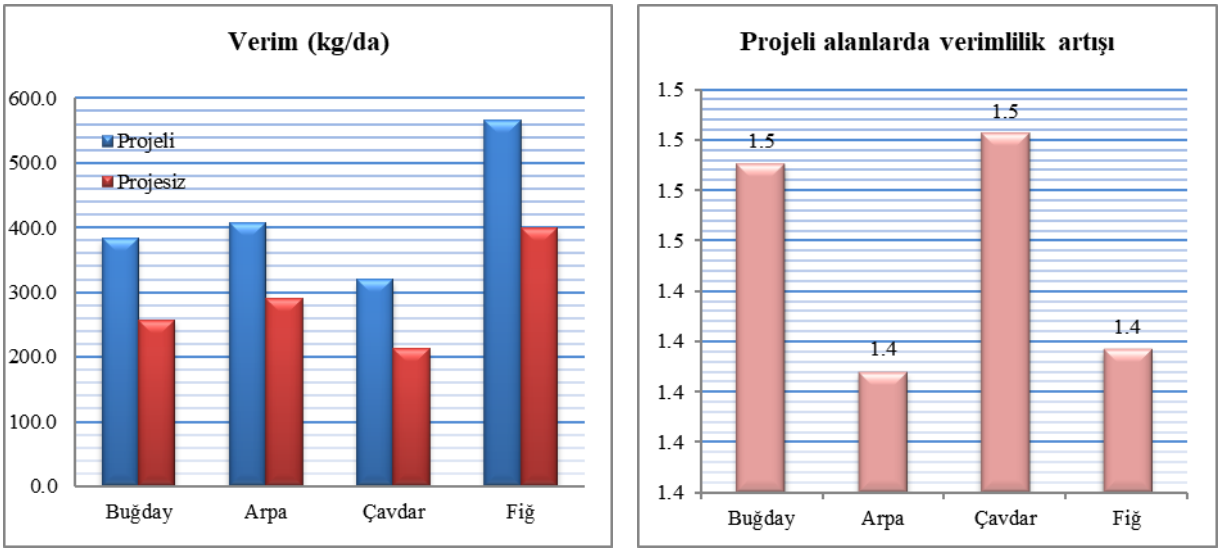
İşletmelerde bulunan üretim dallarının nispi karlılık derecelerini brüt kar yardımı ile belirlemek mümkündür. Bu nedenle kısa dönem için brüt kar, işletme faaliyet dallarının başarı ölçüsü olarak dikkate alınmıştır. Üretim faaliyetinin mutlak karı, üretim değerinden o üretimi gerçekleştirmek için yapılan masrafları çıkarmak suretiyle bulunmuştur. Üretim faaliyetlerinin nispi karlılıkları ise, üretim değerlerinin o üretimi elde etmek için yapılan masraflara oranlanması ile bulunmuştur. Böylece yapılan 1 TL'lik değişken masrafa karşılık ne kadar gelir elde edildiği hesaplanmıştır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

DSİ-K projelerinin uygulandığı alanlarda yapılan anketlerden elde edilen sonuçlara göre, sulamaya açılan alanlardaki işletmelerde yine aynı bölgede sulama imkânına kavuşmamış işletmelere nazaran yetiştirilen bitki deseninde farklılıkların oluştuğu tespit edilmiştir. Projeli işletmelerde projesiz alanlarda ortak yetiştirilen ürünlerin dışında şeker pancarı, fasulye, silajlık mısır, kavun, karpuz, ayçiçeği ve yonca yetiştiriciliğinin yapıldığı, projesiz alanlarda ise ortak yetiştirilen ürünlerin dışında nohut, aspir ve çerezlik kabak yetiştiriciliğinin yapıldığı belirlenmiştir.

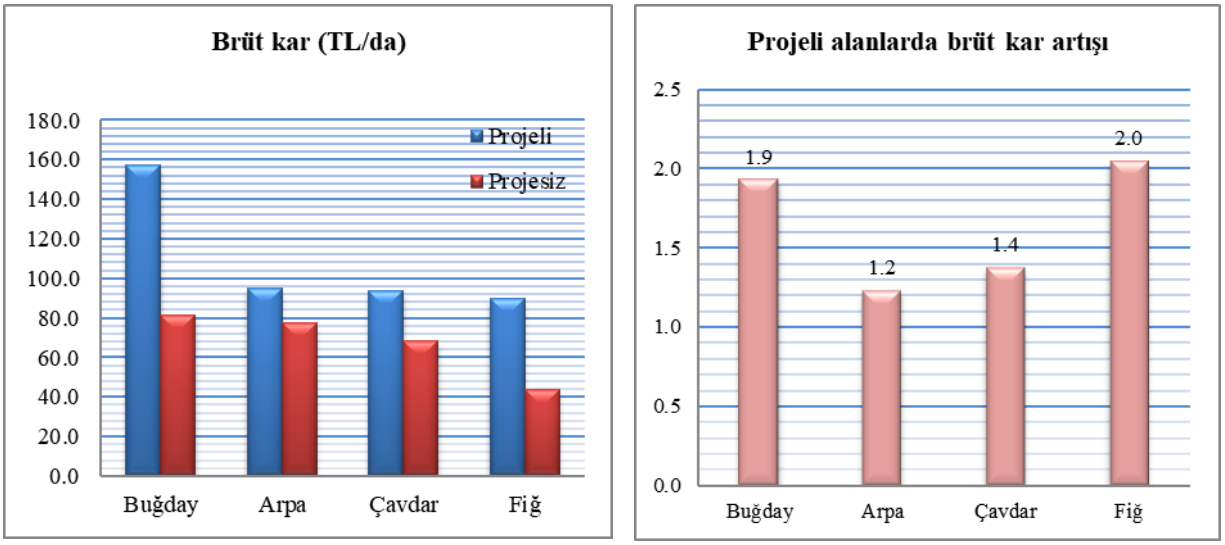
Her iki alanda da yetiştirilen ortak ürünler buğday, arpa, çavdar ve fiğ verimleri Grafik 1'de verilmiştir. Sulu arazilerde yetiştirilen buğday ve çavdarın verimliliklerinin 1,5 kat, arpa ve fiğin ise 1,4 kat daha fazla olduğu hesaplanmıştır.

Grafik 1. Projeli ve projesiz işletmelerde yetiştirilen ürünlerin verimlilikleri



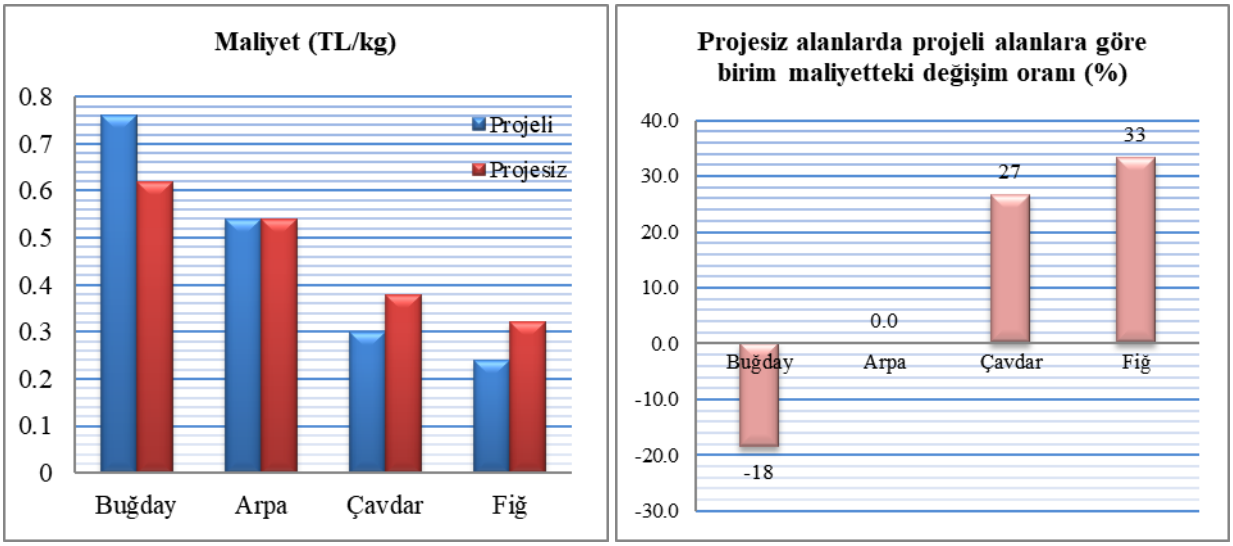
Söz konusu olan ürünlerin dekardan elde edilen brüt karları ve maliyetleri Grafik 2 ve 3'de verilmiştir. Görüldüğü gibi brüt karlılıklarında ve maliyetlerinde farklılık bulunmaktadır.

Grafik 2. Projeli ve projesiz alanlardaki işletmelerde yetiştirilen ürünlerin brüt karları



Grafikten de izlenebileceği gibi fiğ ve buğdayın brüt karlılıkları projeli olan alanlarda sırasıyla 2,0 ve 1,9 kat daha fazladır. Bu ürünleri 1,4 kat ile çavdar ve 1,2 kat ile de fiğ izlemektedir.

Grafik 3. Projeli ve projesiz alanlardaki işletmelerde yetiştirilen ürünlerin maliyetleri



Arpanın birim maliyeti projeli ve projesiz alanlarda aynı bulunmuştur. Buğdayda projesiz arazilerde kg başına maliyet %18 oranında daha düşük iken, çavdarda %27 ve fiğde %33 daha yüksektir. Maliyetlerdeki bu farklılık sebebiyle, her iki alanda ortak yetiştirilen yukardaki ürünlerden, arpa ve buğdayın projesiz alanlarda nispi karlılığı, projeli alanlardan daha yüksek çıkmıştır.

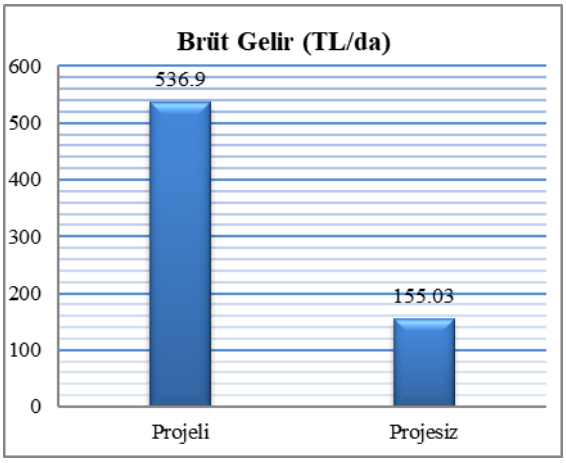
Buğdayın nispi karlılığı projeli işletmelerde 1,71 TL iken projesizlerde 1,74 TL'dir. Yani 1 TL'lik masrafa karşılık projelilerden 1,71 TL, projesizlerden ise 1,74 TL gelir elde edilmektedir. Arpada da buğdaya benzer şekilde projelilerde 1,50 TL, projesizlerde 1,72 TL olarak gerçekleşmiştir. Nispi karlılık, buğday ve arpanın aksine çavdarda projelilerde 2,41 TL, projesizlerde 2,36 TL, fiğde sırasıyla 1,85 TL ve 1,45 TL olarak hesaplanmıştır. Projesiz alanlardaki işletmelerde yetiştirilen buğday ve arpada yapılan masrafa karşılık daha yüksek gelir elde etmelerinin nedeni masrafların projeli işletmelerinkinden daha düşük olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Aksaray'da DSİ-K projeleri faaliyete geçmeden önce buğday, arpa, çavdar, fiğ, nohut, aspir ve çerezlik kabak gibi ürünler yetiştirilirken, projelerin faaliyete geçmesi ile şeker pancarı, fasulye, silajlık mısır, kavun, karpuz, ayçiçeği ve yonca gibi katma değeri yüksek ürünler yetiştirilmeye başlanmıştır. Bu ürünler içinde, anket

verilerine göre en düşük nispi karlılık 1,71 TL ile karpuzdan elde edilirken, en yüksek nispi karlılık ise 7,44 TL ile silajlık mısırdan elde edildiği belirlenmiştir.

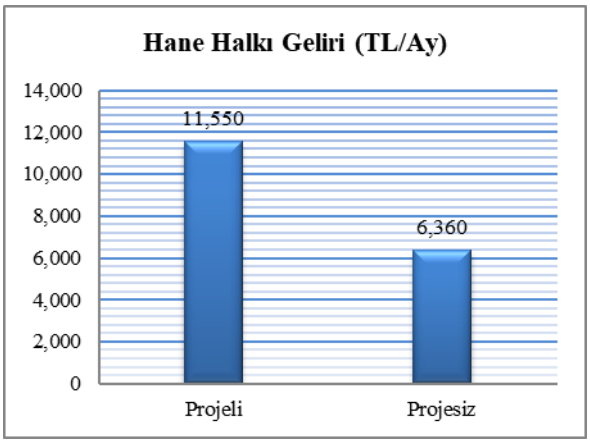
Aksaray ili DSİ-K alanında incelenen sulama projelerinden elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde, projesiz alanlarda faaliyet gösteren işletmelerin dekardan elde ettikleri bitkisel üretim brüt gelir ortalamaları 155,03 TL iken projeli alanlarda karlılığı yüksek olan ürünlerin yetiştirilmesi sonucunda dekardan elde edilen bitkisel üretim brüt geliri 536,90 TL olarak gerçekleşmiştir. İşletmelerin arazilerini sulamaya başlamaları ile dekardan yaklaşık 3,4 kat daha fazla brüt gelir elde ettikleri belirlenmiştir (Grafik 4).

Grafik 4. Projeli ve projesiz alanlardaki işletmelerde brüt gelir



Bitkisel ve hayvansal brüt üretim değeri, desteklemeler, işletme dışı tarımsal gelir, tarım dışı işlerden elde edilen gelir toplamları ile hesaplanan hane halkı gelirleri projeli işletmelerde ortalama olarak 11.550 TL/ay iken projesiz alanlarda 6.360 TL/ay'dır (Grafik 5).

Grafik 5. Projeli ve projesiz alanlardaki işletmelerin hane halkı gelirleri



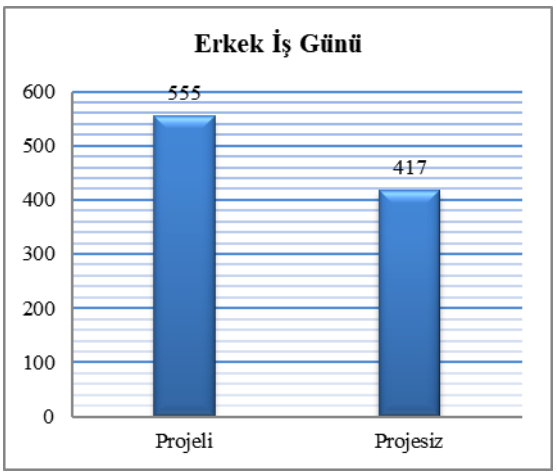
Sulama yapılan alanlardaki işletmelerin, sulama yapılmayan alanlardaki işletmelere göre gelirleri yaklaşık 1,80 kat daha fazladır. Proje uygulanan alanlarda dekardan elde edilen bitkisel üretim gelirinin, proje uygulanmayan alanlara nispeten 3,46 kat fazla olmasına rağmen, hane halkı gelirinde 1,8'lik fazlalık oluşmasında bitkisel üretim dışındaki gelir kaynakları etkili olmuştur.

Hane halkı gelirinin elde edilen üretim faaliyetlerine göre dağılımları incelendiğinde ise, Aksaray ilinde incelenmiş DSİ-K projeli alanlardaki işletmelerde elde edilen toplam hane halkı gelirlerinin %49'unun bitkisel üretimden, %26'sının hayvansal üretimden, %5'inin diğer olarak nitelendirilen işletme dışı tarımsal gelir ve desteklemelerden ve geriye kalan %20'sinin ise tarım dışı işlerden elde edildiği belirlenmiştir.

Projesiz alanlardaki işletmelerde ise elde edilen toplam hane halkı gelirinin %32'sini bitkisel üretimden, %34'ünü hayvansal üretimden, %9'unu işletme dışı tarımsal gelir ve desteklemelerden ve %25'ini tarım dışı elde edilen gelirlerden oluştuğu saptanmıştır. Projeli işletmelerde hane halkı gelirlerinin %80'i tarımsal faaliyetten elde edilirken, bu oran projesiz olan işletmelerde ise %75 olarak gerçekleşmiştir.

Aksaray ilinde incelenen projeli ve projesiz alanlardaki işletmelerde bulunan Erkek İşgücü Birimi (EİB) ve çalışılan gün sayıları çarpılarak Erkek İş Günü (EİG) bulunmuştur. Buna göre, projeli işletmelerde 555 EİG çalışıldığı ve bu iş günün %22'sini kadın iş gücünün oluşturduğu, projesiz olan işletmelerde ise 417 EİG çalışıldığı ve bu iş günün %23'ünü kadın iş gücünün oluşturduğu hesaplanmıştır. Ayrıca incelenen işletmelerde çocuk iş gücüne rastlanmamıştır. DSİ-K projelerini kullanarak sulu tarım yapan işletmelerde, kuru tarım yapan işletmelere göre %32 daha fazla iş gücü istihdamı söz konusudur (Grafik 6).

Grafik 6. Projeli ve projesiz alanlardaki işletmelerde erkek iş günü



SONUÇ VE ÖNERİLER

Aksaray ilinde DSİ-K projesi olarak gerçekleştirilen 23 sulama projesinden gayeli olarak seçilen İncesu Sulama Kooperatifi ve Çiftevi-1 Köy Tüzel Kişiliği sulama şebekelerinden sulama yapan 35 işletme ve bu şebekeden faydalanamayarak kuru tarım ile uğraşan 35 işletme yapılan anketler sonucunda ekonomik açıdan karşılaştırılmıştır.

Yapılan incelemede; Bu alanda sulama şebekesi faaliyete geçmeden önce buğday, arpa, çavdar, fiğ, nohut, aspir ve çerezlik kabak gibi ürünler yetiştirilirken, projelerin faaliyete geçmesi ile şeker pancarı, fasulye, silajlık mısır, kavun, karpuz, ayçiçeği ve yonca gibi brüt geliri yüksek ürünler yetiştirilmeye başlandığı ve dekardan yaklaşık 3,5 kat daha fazla brüt gelir elde ettikleri belirlenmiştir.

Projeli işletmelerde hane halkı gelirleri ortalama olarak 11.550 TL/ay iken projesiz işletmelerde 6.360 TL/ay olarak gerçekleşmiştir. Ayrıca incelenen işletmelerde çocuk iş gücüne rastlanmamıştır. DSİ-K projelerini kullanarak sulu tarım yapan işletmelerde, kuru tarım yapan işletmelere göre %32 daha fazla iş gücü istihdamı söz konusudur.

Bütün sonuçlar göz önüne alındığında, Aksaray'da DSİ-K kapsamındaki projelerden faydalanmayan kuru tarım işletmelerinde sadece arpa ve buğday yetiştiriciliğinin ekonomik açıdan uygun olduğu bunun dışındaki tüm bitkilerin sulu tarım yapılarak yetiştirilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle bu tip sulama projelerinin bu bölgede yaygın hale gelmesi için gerekli yatırım çalışmalarının hızlandırılması önem arz etmektedir. Ayrıca bu yatırımdan faydalanacak çiftçilerin gerek bitki deseninin belirlenmesi gerekse bu bitkilerin sulama zaman planlamasına uygun olarak sulanabilmesi için sahada ehliyetli ziraat mühendislerinden danışmanlık hizmeti almasının teşvik edilmesi köyden kente kontrolsüz göçün engellenmesi açısından da önemli bir adım olacaktır.

KAYNAKLAR

Aktürk D., Tekiner M., Arisoy H., "Determination of Irrigation Costs for Agricultural Enterprises: Konya Small Scale Irrigation Projects", International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series IV, Russe, BULGARISTAN, 8-9 Nisan 2017, no.978-619-203-177-0, pp.538-543.

Erkuş, A., Kıral, T., Bülbül, M., Açıl, A.F., Demirci, R. (1995). Tarım Ekonomisi, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Eğitim, Araştırma ve Geliştirme Vakfı Yayınları No:5, Ankara.

Kıral, T., Kasnakoğlu, H., Tatlıdil, F., Fidan, H., Gündoğmuş, E. (1999). Tarımsal ürünler için maliyet hesaplama metodolojisi ve veri tabanı rehberi. TEAE Yayınları. Yayın No:37. Ankara.

Yamane, T. (1967). Elementary sampling theory. Prentice-Hall Inc. Englewood Cliffs. New Jersey.

Niğde'de DSİ Küçük Sulama Projelerinden Faydalanan Bazı Tarım İşletmelerinde Sulama Maliyetlerinin Etkinliğinin Belirlenmesi

Murat TEKİNER[1] **Duygu AKTÜRK[2]** **Hasan ARISOY[3]**

[1]Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarımsal Yapılar ve Sulama Bölümü

[2] Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü

[3] Selçuk Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü

Özet: Tarım yapılan alanların, gerek doğal afetler gerekse insan müdahaleleri sonucunda azalması buna karşın nüfusun artması, kullanılabilir doğal kaynaklar üzerindeki baskıyı giderek artırmakta ve bu doğal kaynakların etkin kullanımı üzerine yapılan çalışmalara olan ihtiyaç da giderek artmaktadır. Artan bu ihtiyaçların karşılanabilmesi için de köyden kente kontrolsüz göçü engelleyecek tarım politikalarını hayata geçirmemiz gerekmektedir. Bu gerekliliği yerine getirebilmenin bir yolu da gerek sulu gerekse kuru tarım yapılan alanlarda kullanılacak bitki deseninin belirlenmesinde fizibilite çalışmalarına önem verilmesidir. Bu kapsamda, Niğde'deki 228 adet işletmeden tabakalı basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen 38'i sulu (projeli) ve 38'i kuru tarım (projesiz) yapılan toplam 76 işletmede ortak olarak yetiştirilen buğday, arpa ve çavdarda, verim, üretim değeri, değişken masraflar, brüt kar, maliyet ve nispi karlılık hesaplanarak değerlendirmeye alınmıştır. Söz konusu işletmelerin brüt gelirleri, hane halkı gelirleri ve istihdamdaki değişimleri de ayrıca hesaplanmıştır. Bu değerlendirme sonucunda; verim, üretim değeri, değişken masraflar ve brüt karlar projeli alanlarda daha yüksek gerçekleşmiştir. Projeli ve projesiz işletmelerin dekardan elde ettikleri brüt gelir ortalamaları sırasıyla 1.115,54 TL ve 160,89 TL'dir. Projeli alanlardaki işletmelerde hane halkı gelirleri ortalama olarak 11.772 TL/ay iken projesiz işletmelerde 3.749 TL/ay'dır. Projeli işletmelerde 891 erkek iş günü, projesiz işletmelerde ise 539 erkek iş günü çalışıldığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sulu ve kuru tarımda bitki deseni, değişken masraflar, brüt gelir, hane halkı geliri

GİRİŞ

Bu günlerde yaşanan ekonomik krizden en fazla etkilenen toplumların en az üretenlerden olduğu çok net bir şekilde ortadadır. Ülkemizde de her geçen gün azalan tarım nüfusunun gelir ve refah düzeyini artıracak politikalar geliştirerek bu durumu tersine çevirip tüketen değil daha çok üreten toplum haline gelmek zorundayız. Kırsal alandaki nüfusun artması beraberinde üretimin artmasına ve buna bağlı olarak da tarımsal üretime dayalı sanayinin hareketlenmesine, güçlenmesine pozitif etki sağlayacaktır. Tarımsal nüfusun refah düzeyini artırabilmemiz için de bütüncül yaklaşıma sahip bir tarımsal üretim politikası geliştirmek zorundayız. Bu zorunluluğu yerine getirebilmenin bir yolu da sulu ve kuru tarım yapılan alanlarda doğru bitki deseninin seçilmesi ve bunun uygulanabilmesi için gerekli desteklemelerin ve bilgilendirmelerin yapılmasıdır.

Optimum üretim deseninin belirlenmesiyle gerek kıt kaynaklar en yüksek performansta kullanılacak gerekse girdi maliyetleri minimum düzeyde tutulabilecektir. Bu nedenle sulu ve kuru tarım alanlarında ortak yetiştirilen ürünlerin planlamada sulu ve kuru şartlardaki verim, maliyet, üretim değeri ve bunlara bağlı nispi karlılığın göz önüne alındığı ayrı değişkenler olmasının faydalı olacağı düşünülmektedir (Aktürk ve ark., 2017).

Bu çalışmada, Niğde'deki Devlet Su İşleri Küçük Sulama Projeleri (DSİ-K) kapsamında inşa edilerek işletmeye açılan sulama şebekelerinden faydalanan (projeli) ve faydalanmayan (projesiz) işletmelerle yapılan anket çalışması sonucunda her iki koşulda da üretimi yapılan ortak ürünlerin ekim alanları, verimleri, üretim değerleri, masrafları, brüt karları ve nispi karlılıkları hesaplanmış ve hangi ürünün hangi koşulda üretiminin yapılması gerektiği tartışılmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmada kullanılan veriler, Konya Ovası Projesi (KOP) Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığına ait "KOP Bölgesindeki Bitkisel Üretime Yönelik Sulama Projelerinin Ekonomik ve Sosyal Etkilerinin Değerlendirilmesi Çalışması" projesinden faydalanılarak elde edilmiştir.

MATERYAL VE YÖNTEM

Tarım işletmelerindeki sulu ve kuru tarımdaki ekonomik farklılığın belirlenerek optimum üretim planlamasına yardımcı olacak verilerin elde edilmesini amaçlayan bu çalışmanın ana materyalini, Niğde'deki DSİ-K kapsamında işletmeye açılan sulama şebekelerinden yararlanan (sulu-projeli) ve bu şebekelerden

yararlanmayan (kuru-projesiz) üreticilerin faaliyet gösterdiği işletmelerden anket yolu ile elde edilen veriler oluşturmuştur. Bundan sonra sulama projelerinden faydalanan işletmeler "projeli" aynı bölgede kuru tarımla uğraşıp projelerden faydalanmayan işletmeler ise "projesiz" olarak anılacaktır.

Araştırmada anket yoluyla toplanan veriler 2015 üretim dönemine ait olup, anketler Aralık 2015-Şubat 2016 tarihleri arasındaki dönemde yapılmıştır.

Çalışma kapsamında yer alan Niğde ilindeki ilçelere göre gerçekleştirilen sulama projelerinin sayısal dağılımı Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Niğde ilinde ilçelere göre gerçekleştirilen DSİ-K sulama projeleri sayısı

İlçe	**Proje sayısı**
Merkez	4
Altunhisar	1
Bor	3
Çamardı	-
Çiftlik	-
Ulukışla	-
Toplam	8

Proje aşaması tamamlanan toplam 8 projeden 1'i (Tablo 2) gayeli olarak seçilmiştir. Projelerin gayeli olarak seçilmesinde her ilçenin coğrafi ve ekolojik yapı farklılıkları dikkate alınarak Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından belirlenen agroekolojik alt bölgeleri temsil etme durumu, projelerin etki alanındaki üretim potansiyeli ve ürün deseni, sulama sistem ve yöntemleri, doğal faktörler, tarım tekniği, işletme yapısı, ulaşım olanakları ve projelerin yapılış tarihi gibi kriterler dikkate alınmıştır.

Yukarıdaki özellikler dikkate alınarak belirlenen projenin etki alanına giren ilçe ve köylerdeki işletme genişlikleri araştırmanın popülasyonunu oluşturmuştur.

Tablo 2. Sulama şebekesi genel bilgileri

Sulama projeleri	Su kullanıcı örgütleri	İlçesi	Hizmet yılı	Başkanın mesleği
Darboğaz Sulaması	Darboğaz S.K.	Ulukışla	42	Çiftçi

Popülasyonu temsil edecek işletme sayılarının belirlenmesinde tabakalı basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Yamane, 1967). Bu yönteme göre işletmeleri işledikleri arazi genişliğine göre homojen dağılım gösterecek şekilde tabakalara ayırarak örnek sayısı belirlenmiştir.

Projelerin tabakalara göre hesaplanan ve gerçekleştirilen anket sayıları Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3. Tabakalara göre hesaplanan ve gerçekleştirilen anket sayıları

İşletme genişlikleri (da)	**İşletme sayıları**	**Örnek sayısı**
1-50	158	26
51-100	57	10
101>	13	2
Toplam	228	38
Anket sayısı	**Projeli**	**Projesiz**
	38	38
Toplam	76	

Projeli işletmelerden yukarıdaki yönteme göre 38 işletme bulunmuştur. Aynı bölgede projesiz işletmeleri söz konusu işletmeler ile karşılaştırabilmek için aynı sayıda işletme ele alınmıştır.

Tarımsal üretime ilişkin yapılan hesaplamalarda;

- Her bir üretim faaliyeti ile ilgili ortalama fiziki ve mali değerler ağırlıklı ortalamalarla ifade edilerek, kullanılan toplam girdi miktarları ve değerleri, toplam ürünün ekim alanına bölünerek dekara üretim maliyetleri ortalama olarak hesaplanmıştır.

- Birim ürün maliyetinin belirlenmesinde basit maliyet hesaplama yöntemi kullanılmıştır. Basit maliyet hesaplama yönteminde, birim alana yapılan toplam üretim masrafları birim alan verimine bölünmüştür (Kıral, ve ark., 1999).
- Üretim faaliyetinin başarı düzeyinin belirlenmesinde, üretim faaliyetinin birim alana karlılık düzeyi ortaya konulmuştur. Bu amaçla, üretim faaliyetinin birim alana brüt ve net karları hesaplanmıştır (Kıral ve ark., 1999).
- İncelenen işletmelerin tarımdan elde ettikleri bitkisel üretim gelirinin tespit edilebilmesi için gayri safi üretim değerleri hesaplanmıştır. Her bir üretim faaliyetinden üretilen ürünlerin üretim miktarları ile çiftlik avlusu fiyatlarının çarpılması sonucu üretim değerleri tespit edilmiştir (Erkuş ve ark, 1995).
- İşletmelerde yapılan her bir üretim faaliyetinin brüt karlılığı (gelir); gayrisafi üretim değerlerinden değişken masrafların düşülmesi ile bulunmuştur. Brüt kar, işletmedeki bütün üretim faaliyetleri için ayrı ayrı hesaplanmıştır.

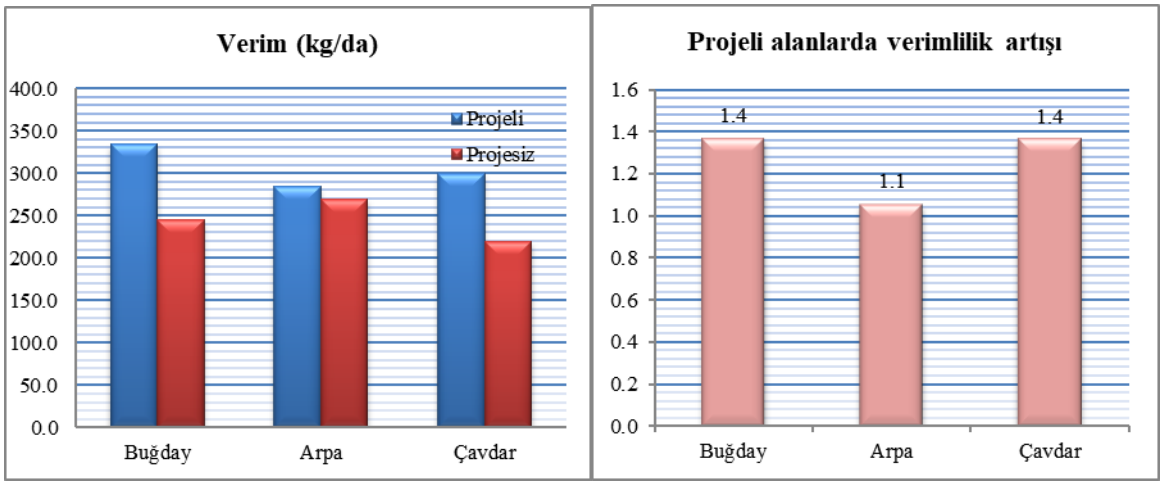
İşletmelerde bulunan üretim dallarının nispi karlılık derecelerini brüt kar yardımı ile belirlemek mümkündür. Bu nedenle kısa dönem için brüt kar, işletme faaliyet dallarının başarı ölçüsü olarak dikkate alınmıştır. Üretim faaliyetinin mutlak karı, üretim değerinden o üretimi gerçekleştirmek için yapılan masrafları çıkarmak suretiyle bulunmuştur. Üretim faaliyetlerinin nispi karlılıkları ise, üretim değerlerinin o üretimi elde etmek için yapılan masraflara oranlanması ile bulunmuştur. Böylece yapılan 1 TL'lik değişken masrafa karşılık ne kadar gelir elde edildiği hesaplanmıştır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Niğde'de DSİ-K projesi kapsamındaki alanlarda yapılan anketlerden elde edilen sonuçlara göre, sulamaya açılan alanlardaki işletmelerde yine aynı bölgede sulama imkânına kavuşmamış işletmelere nazaran yetiştirilen bitki deseninde farklılıkların oluştuğu tespit edilmiştir. Projeli alanlardaki işletmelerde projesiz alanlardan farklı olarak şeker pancarı, patates, fasulye, silajlık mısır, dane mısır, çerezlik kabak, fiğ, yonca, domates, biber, sarımsak, bamya, soğan ve kavun gibi çok çeşitli ürünlerin yetiştiriciliğinin yapıldığı tespit edilmiştir. Ayrıca proje faaliyete geçtikten sonra elma, kiraz, armut ve üzüm gibi meyve yetiştiriciliğine de geçilmiştir.

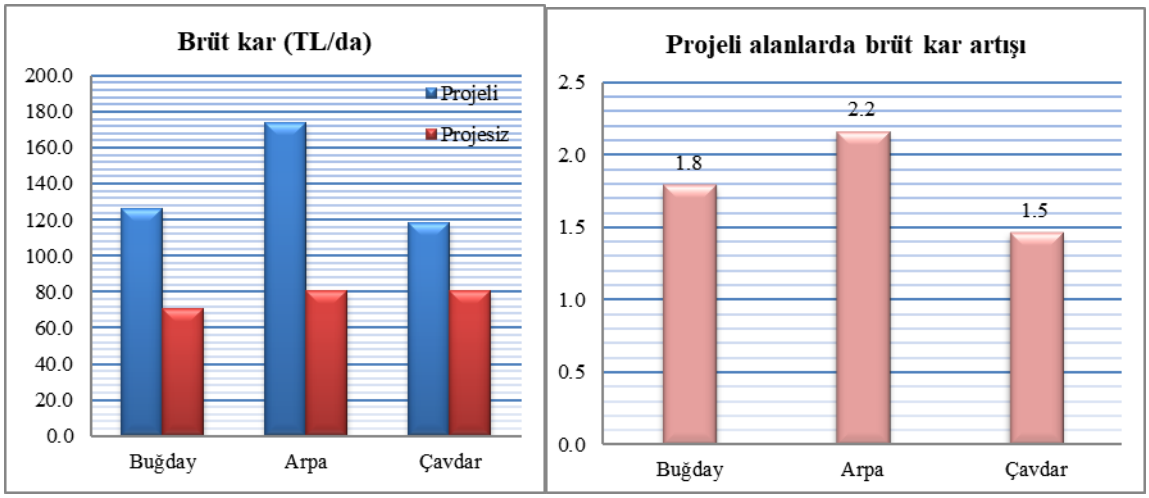
Projeli ve projesiz alanlarda ortak olarak yetiştirilen buğday, arpa ve çavdar verimleri Grafik 1'de verilmiştir. Sulu ve kuru arazilerde yetiştirilebilen ürünlerin tamamının verimleri, sulu arazilerde daha yüksek bulunmuştur. Sulu arazilerde yetiştirilen buğday ve çavdarın verimlilikleri projeli alanlarda 1,4 kat arpanın ise 1,1 kat daha fazladır.

Grafik 1. Projeli ve projesiz alanlardaki işletmelerde yetiştirilen ürünlerin verimlilikleri

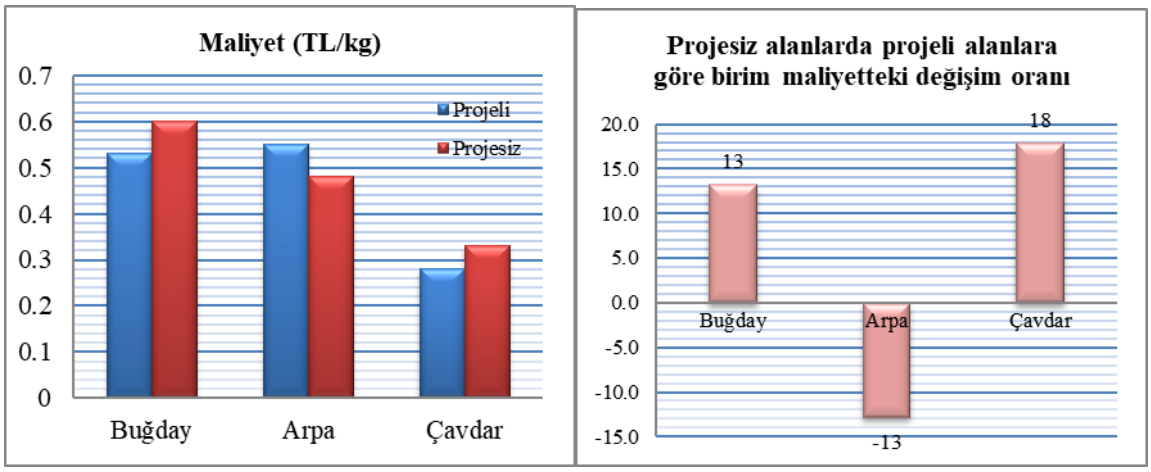


Söz konusu olan ürünlerin dekardan elde edilen brüt karları ve maliyetleri Grafik 2 ve Grafik 3'de verilmiştir. Görüldüğü gibi brüt karlılıklarında ve maliyetleri arasında da farklılık bulunmaktadır. Grafikten de izlenebileceği gibi projeli arazilerde yetiştirilen buğdayın, arpanın ve çavdarın brüt karlılıkları projesiz arazilerde yetiştirilen söz konusu ürünlerden sırasıyla 1,8, 2,2 ve 1,5 kat daha fazladır.

Grafik 2. Projeli ve projesiz alanlardaki işletmelerde yetiştirilen ürünlerinin brüt karları



Grafik 3. Projeli ve projesiz alanlardaki işletmelerde yetiştirilen ürünlerinin maliyetleri

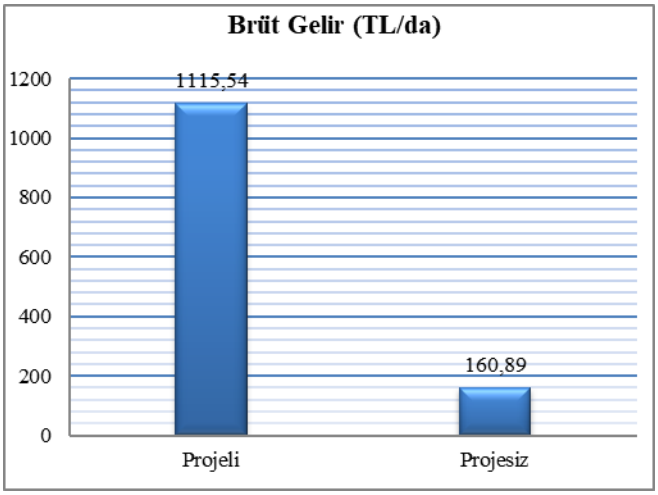


Projeli alanlarda buğday ve çavdarın maliyeti sırasıyla %13 ve %18 oranında daha düşük arpada ise %13 oranında daha yüksek bulunmuştur.

Projeli ve projesiz alanlarda ortak olarak yetiştirilen ürünlerin nispi karlılıkları buğdayda sırasıyla 1,88 TL ve 1,59 TL'dir. Yani bir liralık masrafa karşılık 1,88 TL'lik projeli alanlardan, 1,59 TL ise projesiz alanlardan gelir elde edilmektedir. Diğer ürünler için sırasıyla arpada 2,39 TL ve 1,77 TL, çavdarda ise 3,12 TL, 3,02 TL olarak hesaplanmıştır. Görülüyor ki nispi karlılıklar projeli alanlardaki işletmelerde daha yüksek bulunmuştur. Bu durum verimlerin daha yüksek olduğunu ve birim alanda sulamadan dolayı masraf artsa da üretim değerinin daha fazla olmasından dolayı daha fazla gelir elde ettiklerini göstermektedir.

İncelenen projeli ve projesiz alanlardaki işletmelerin dekardan elde ettikleri brüt gelir ortalamaları proje faaliyete geçmeden önce 160,89 TL iken projenin faaliyete geçmesi ile brüt geliri yüksek olan ürünlerin yetiştirilmesi ile 1.115,54 TL'ye yükselmiştir. İşletmelerin arazilerinde sulamaya başlamaları ile dekardan yaklaşık 6,9 kat daha fazla brüt gelir elde ettikleri belirlenmiştir (Grafik 4).

Grafik 4. Projeli ve projesiz alanlardaki işletmelerde brüt gelir (TL/da)

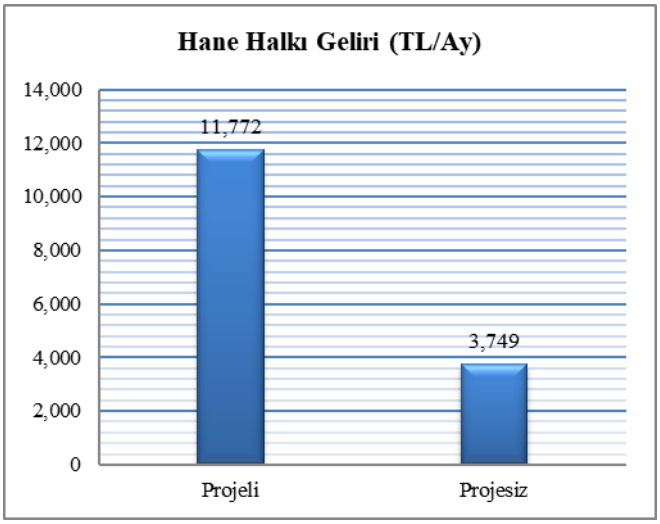


Projeli işletmelerde hane halkı gelirleri ortalama olarak 11.772 TL/ay iken projesiz işletmelerde 3.749 TL/ay'dır. Sulama yapılan alanlardaki işletmelerin, sulama yapılmayan alanlardaki işletmelere göre gelirleri yaklaşık 3,1 kat daha fazladır (Grafik 5). Proje uygulanan alanlarda dekardan elde edilen bitkisel üretim gelirinin, proje uygulanmayan alanlara nispeten 6,9 kat fazla olmasına rağmen, hane halkı gelirinde 3,1'lik fazlalık oluşmasında bitkisel üretim dışındaki gelir kaynakları etkili olmuştur.

Hane halkı gelirinin elde edilen üretim faaliyetlerine göre dağılımları ise; projeli alanlardaki işletmelerde elde edilen toplam hane halkı gelirlerinin %65'i bitkisel üretimden, %17'si hayvansal üretimden, %4'ü diğer olarak nitelendirilen işletme dışı tarımsal gelir ve desteklemelerden, geriye kalan %14'ü ise tarım dışı işlerden elde ettikleri belirlenmiştir.

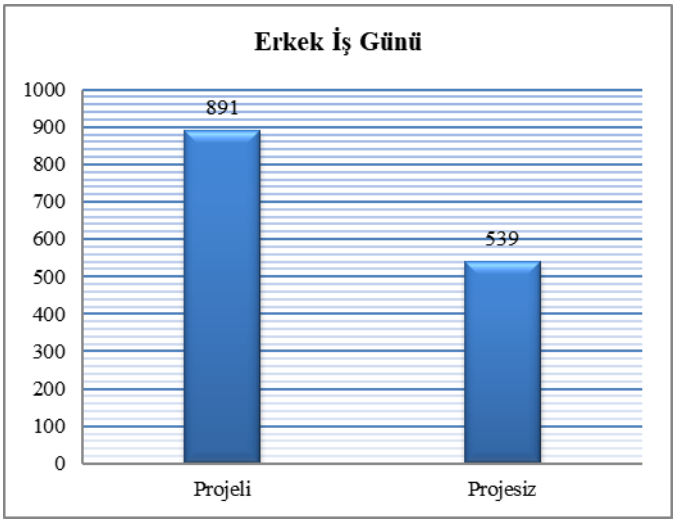
Projesiz işletmelerde elde edilen toplam hane halkı gelirinin ise %16'sını bitkisel üretim, %27'sini hayvansal üretim, %13'ünü işletme dışı tarımsal gelir ve desteklemeler ve geri kalan %44'ünü ise tarım dışı elde edilen gelir oluşturmaktadır. Projeli işletmelerde hane halkı gelirlerinin %86'sı tarımsal faaliyetten elde edilirken, bu oran projesiz işletmelerde %56 olmuştur.

Grafik 5. Projeli ve projesiz alanlardaki işletmelerin hane halkı gelirleri



Niğde ilinde incelenen projeli ve projesiz alanlardaki işletmelerde bulunan Erkek İşgücü Birimi (EİB) ve çalışılan gün sayıları çarpılarak Erkek İş Günü (EİG) bulunmuştur. Buna göre projeli işletmelerde 891 EİG çalışıldığı ve bu iş günün %24'ünde kadın iş gücünün ve %1'ini de çocuk işgücünün oluşturduğu belirlenmiştir. Projesiz işletmelerde ise 539 EİG çalışıldığı ve bu iş gününün %28'inin kadın, %1'inin ise çocuk iş gücü olarak kullanıldığı saptanmıştır. Projeli işletmelerde, projesiz işletmelere göre %65 daha fazla iş gücü istihdamı söz konusudur (Grafik 6).

Grafik 6. Projeli ve projesiz alanlardaki işletmelerde erkek iş günü



SONUÇ VE ÖNERİLER

Niğde ilinde DSİ-K projesi olarak gerçekleştirilen 8 sulama projesinden gayeli olarak seçilen Darboğaz Sulama Kooperatifi sulama şebekesinden sulama yapan 38 işletme ve bu şebekeden faydalanamayarak kuru tarım ile uğraşan 38 işletme yapılan anketler sonucunda ekonomik açıdan karşılaştırılmıştır.

Yapılan incelemede; Bu alanda sulama şebekesi faaliyete geçmeden önce buğday, arpa ve çavdar gibi ürünler yetiştirilirken, projelerin faaliyete geçmesi ile şeker pancarı, patates, fasulye, silajlık mısır, dane mısır, çerezlik kabak, fiğ, yonca, domates, biber, bamya, soğan, kavun, elma, kiraz, üzüm ve armut gibi brüt geliri yüksek ürünler yetiştirilmeye başlandığı ve dekardan yaklaşık 6,9 kat daha fazla brüt gelir elde ettikleri belirlenmiştir.

Projeli işletmelerde hane halkı gelirleri ortalama olarak 11.772 TL/ay iken projesiz işletmelerde 3.749 TL/ay olarak gerçekleşmiştir. Ayrıca projeli işletmelerde, projesiz işletmelere göre %65 daha fazla iş gücü istihdamı olduğu saptanmıştır.

Tüm bu sonuçlar, Niğde'de DSİ-K kapsamındaki projelerden faydalanan işletmelerin faydalanmayan işletmelere göre ekonomik açıdan daha avantajlı olduğunu gösteriyor. Bu nedenle bu tip sulama projelerinin bu bölgede yaygın hale gelmesi ile kırsal nüfusun geliri dolayısıyla da refah düzeyi artacak ve köyden kente kontrolsüz bir şekilde devam eden göçün engellenmesi söz konusu olacaktır. Ayrıca bu sulama projelerinden faydalanacak çiftçilerin gerek bitki deseninin belirlenmesi gerekse bu bitkilerin sulama zaman planlamasına uygun olarak sulanabilmesi amacıyla sahada ehliyetli ziraat mühendislerinden danışmanlık hizmeti almasının teşvik edilmesi önemli bir adım olacaktır.

KAYNAKLAR

Aktürk D., Tekiner M., Arisoy H., "Determination of Irrigation Costs for Agricultural Enterprises: Konya Small Scale Irrigation Projects", International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series IV, Russe, BULGARISTAN, 8-9 Nisan 2017, no.978-619-203-177-0, pp.538-543.

Erkuş, A., Kıral, T., Bülbül, M., Açıl, A.F., Demirci, R. (1995). Tarım Ekonomisi, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Eğitim, Araştırma ve Geliştirme Vakfı Yayınları No:5, Ankara.

Kıral, T., Kasnakoğlu, H., Tatlıdil, F., Fidan, H., Gündoğmuş, E. (1999). Tarımsal ürünler için maliyet hesaplama metodolojisi ve veri tabanı rehberi. TEAE Yayınları. Yayın No:37. Ankara.

Yamane, T. (1967). Elementary sampling theory. Prentice-Hall Inc. Englewood Cliffs. New Jersey.

Organik Süt Satın Alma: Kırklareli Örneği[1]

İdris Arslan[1] **Prof. Dr. Fatma Lorcu[2]**

[1]idrisarslan20@gmail.com

[2]Trakya Ü./İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, ✉ fatmalorcu@trakya.edu.tr

Özet: Gelişen yaşam şartları ve ilerleyen teknoloji, temel ihtiyaçlarda da genel olarak bir değişme neden olmamış ancak temel ihtiyaçların niteliklerini değiştirmeye başlamıştır. Maslow'un piramidinde ilk sıralarda yer alan "beslenme ihtiyacı" esas olarak aynı kalsa da beslenme tarzlarında değişiklikler olmuştur. Bu değişikliklerden en önemlisi, "organik tarım" ve "organik beslenme" kavramları toplumlarda girerek hatırı sayılır bir yer edinmeye de başlamıştır. Besin ürünlerinin geçmişte sahip olduğu nitelikler, gerek teknolojik gelişmeler gerek nüfusun artması ile oldukça büyük değişimlere uğramıştır. Günümüz toplumları geçmişte sahip oldukları ve sahip olduklarının farkına bile varmadığı nitelikli, sağlıklı besinlere bugün ek bir maliyet ödeyerek ulaşmakta hatta ulaşmakta zorluk çekmektedir. Bu ürünlerden biri de organik süttür.

Bu çalışmada, talebi istenilen düzeyde artmayan organik süt tüketici tercihi incelenecektir. Araştırmada organik süt tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri ile organik besinlere karşı tutum ve davranışlarını belirlenerek, satın alma kararlarında etkili faktörler ortaya konulmuştur. Özellikle satın alımlarda etkili faktörlerin belirlenmesi, sektörün tüketici odaklı pazarlama anlayışı ile hareket etmesinde esas oluşturacaktır.

Araştırmanın ana kütlesini, Kırklareli Babaeski Merkez ilçesinde yaşayan 18 yaşında büyük bireyler oluşturmuştur. Örneklem seçiminde basit rasgele örnekleme kullanılmış ve 167 anket toplanmıştır Bu kişilerin 69'u organik süt tüketmeyen ve 98'i de organik süt tüketen kişilerdir. Araştırma verilerin toplanmasında anket yöntemi kullanılmıştır. Toplanan verilerin değerlendirmesinde tanımsal istatistiklerden ve Lojistik Regresyon analizinden faydalanılmıştır. Çalışmada, organik süt satın alıp almanın, cinsiyet ve eğitim değişkenleri ile ilişkili olmadığı satın almada etkili faktörlerin medeni durum ve gelir değişkenleri olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Organik Süt, Lojistik Regresyon, Tüketici Satın Alma Davranışı.

Abstract: Developing living conditions and advancing technology have not caused a change in the basic needs, but the basics have begun to change the qualities of the needs. In the first place in Maslow's pyramid, the "nutritional needs" were essentially the same, but there were changes in their nourishment style. The most important of these changes, the concepts of "organic agriculture" and "organic nutrition" have gone into enter the societies and to acquire a considerable place. The qualities that food products have in the past have undergone considerable changes with both the technological developments and the increase in population. Today's societies have difficulty reaching and even reaching today's qualified and healthy foods that they have and do not even realize they have today, at an additional cost. One of these products is organic milk.

In this study, the preference of organic milk consumer which does not increase at the desired level will be examined. In the paper, socio-demographic characteristics of organic milk consumers and their attitudes and behaviors towards organic foods were identified and effective factors were determined in purchasing decisions. Determination of effective factors, especially in purchases, will be the basis for the sector to operate with a consumer-focused marketing approach.

The main mass of the research was formed by large 18-year-old individuals living in the central district of Kırklareli-Babaeski. In the selection of the sample, simple random sampling was used and 167 questionnaires were collected. In the sample there are 69 people who do not consume organic milk and 98 people consume organic milk. Survey method was used in the collection of research data. Descriptive statistics and logistic regression analysis were used to evaluate aggregated data. In the study, it was determined that purchasing organic milk was not related to gender and educational variables, and that marital status and income variables were effective factors in procurement.

Key Words: Organic Milk, Logistic Regression, Consumer Purchasing Behavior.

1. GİRİŞ

Yeterli ve kaliteli besin ve beslenme ihtiyacı, insanoğlunun en temel ihtiyaçlarından biridir. Geçmişten günümüze yaşanan savaşlar, ağır iklim koşulları, doğal afet, hastalık ve salgınlar beraberinde yiyecek kıtlığının ortaya çıkmasına neden olurken diğer taraftan da tarım alanında ilerleyecek olan teknolojinin habercisi olmuşlardır. Ayrıca hızla artan nüfus, daha çok artan gıda ihtiyacını, tarım arazisinden daha çok verim elde etme

[1] Bu çalışma, İdris Arslan'ın T.Ü. Sosyal Bilimler Enst. Tezsiz YL programında 2018 yılında hazırlamış olduğu "Lojistik Regresyon ile Süt ve Süt Ürünleri Tercihi" isimli projesinden üretilmiştir.

isteğiyle ile buluşturmuş ve yüksek verim elde etme çalışmaları hızlanırken bu çalışmalar da küresel kirliliğe temel oluşturmaya başlamıştır.

İnsanoğlunun daha çok ürün elde etme isteği onu daha fazla miktarlarda kimyasal kullanmasına yönlendirmiştir. Tüm bu çabalar, herbisit ve insektisitlere karşı yabancı ot ve böcek direncinin artmasına, toprağın verimliliğinin azalmasına yaban hayatı ve faydalı böceklerin yok edilmesinden pestisitler ve gıda katkı maddelerinden kaynaklanan tehlikelerin insan ve hayvan sağlığını tehdit etmesine neden olmuştur. Ayrıca bu olumsuz sonuçlara sınırlı bitki besin maddesi rezervlerinin tükenmesi de eklenmiştir. Toplumlar, artık geleneksel tarımın çevresel, sosyal ve ekonomik etkilerini sorgulamaktadırlar. Bu nedenle birçok işletme, sürdürülebilir tarım yapabileceği alternatif yollar aramaktadır. Bu yöntemlerden biri, çevre dostu faaliyetlerden olan hem sürdürülebilirlik hem de insan sağlığı açısından zarar vermeyen gıdaların üretimini sağlayacak, katma değeri yüksek sektörel bir nitelik ve yaygınlık kazanmaya başlayan organik tarımdır (Yavuzer vd., 2006).

"Ekolojik tarım" veya "biyolojik tarım", organik tarımın eş anlamlısı olarak kullanılmaktadır. Organik tarımla üretilen maddeler ise "organik ürün" olarak adlandırılır. Ancak hormonsuz, natürel, doğal, katkısız, arılı ve bunun gibi ifadelerle piyasaya sürülen her ürün organik ürün anlamına gelmemektedir. Bir ürünün organik ürün olarak nitelendirilebilmesi için yönetmeliklerle belirtilen şekilde organik yöntemle üretilmiş olması, yetkilendirilmiş kuruluş tarafından sertifikalandırılması, organik ürün olarak etiketlendirilmesi ve organik ürün logosunu taşıyor olması gerekmektedir (İlbaş, 2009).

Organik ürünler kapsamında olan organik süt de sentetik kimyasal tarım ilaçları kullanılmadan yetiştirilen yem bitkileri ile beslenen ve sentetik kimyasallar, hormonlar, GDO (genetiği değiştirilmiş organizma) içeren ürünler kullanılmadan, hayvan refahı göz önünde bulundurularak yetiştirilen hayvanlardan üretilen süttür. Organik süt, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı tarafından yayınlanan 5262 sayılı Organik Tarım Kanunu ve bağlı "Organik Tarımın Esasları ve Uygulamasına İlişkin Yönetmelik" gereklerine göre yapılan, izlenen, denetlenen ve sertifikalandırılan organik hayvansal üretimin sonucudur.

Türkiye'de organik süt ve süt ürünlerinin işlenmesine dair özel şartnameler bulunmamaktadır. Benzer biçimde Avrupa Birliği Organik Tarım Yönetmeliğinde de doğrudan organik süt ve ürünleri üretimi ile ilgili bilgi verilmemiştir. Yönetmeliklerin organik hayvansal üretim ile ilgili bölümlerinde, hayvan seçimi, organik üretime geçiş süreci, hayvanların barınma alanları, bakımları ve beslenmeleri konularında süt hayvanları için belirtilmiş koşullar bulunmaktadır (Güley vd., 2004). Türkiye'de ilk büyük organik süt üretimi girişimleri 2003 yılında Kelkit'te kurulan Doğan Organik Süt Çiftliği ile başlamıştır. Doğan grubu tarafından tesis edilen çiftliğe 2003 yılı Ekim ayında 600 baş düve ithal edilerek proje başlatılmıştır.

2. LİTERATÜR ÇALIŞMASI

Türkiye'de organik tarım ve gıda ürünleri AB ülkelerine kıyasla, daha düşük seviyede tüketilmektedir. Bunun nedenlerinin başında, tüketicilerin ilgili ürünler konusundaki bilgi seviyelerinin düşük olması ve organik gıda ürünlerinin fiyatlarının diğer ürünlere göre oldukça yüksek olması gelmektedir (Sarıkaya, 2007). Tüketimi düşük düzeyde olmasına rağmen organik ürünlerin talep ve tüketici tercihlerinde etkili faktörlerin belirlenmesine yönelik olarak yapılan birçok çalışmaya erişmek mümkündür.

Armağan ve Özdoğan'ın (2005), Aydın ilinde yaptıkları çalışmada; tüketicilerin gelir ve öğrenim düzeyleri artıkça ekolojik ürünleri tercih ettikleri tersi durumda ise endüstriyel ürünlere ürünleri tercih ettikleri belirlenmiştir. Sarıkaya (2007) çalışmasında, organik ürünleri kullanan tüketicilerin organik ürünlere yönelik tutumlarının ve tercihlerinin belirlenmesinde etkili olan faktörleri değerlendirmiştir.

Hatay ili kent merkezindeki tüketicilerin organik ürün tüketimi ve talep eğilimleri ortaya koyulan bir başka çalışmada (Dağıstanlı vd., 2010), tüketici düzeyinde henüz organik ürünler hakkında yeterince bilgi birikimi oluşmadığı ve gelir düzeyine bağlı olarak organik ürün konusundaki bilinç düzeyinde artışların olduğu ve tüketicilerin en fazla organik meyve-sebze ve süt satın aldıkları belirlenmiştir. Tüketicilerin sosyo-ekonomik değerleri ile organik gıdalara ilişkin tutum ve bireysel değerleri arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığına ilişkin yürütülen bir başka çalışmada, 40 yaş altı, gelir seviyesi 1.000 TL üzerinde 1-2 çocuklu ailelerin ve özellikle kadınların diğer gruplara göre organik gıda konusunda daha duyarlı oldukları belirlenmiştir (Akın vd., 2010).

Karabaş ve Gürler (2012), tüketicilerin organik ürünleri tercih etmelerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesine yönelik çalışmalarında Logit Regresyon analizi kullanarak organik ürün tüketiminin artırılmasında en etkili faktörün, organik ürünlerin tanıtımı olduğu sonucuna varmışlardır. Bingöl ili kentsel alanında yapılan bir başka çalışma organik ürünlere olan tüketici ilgi, tercih ve tüketim düzeylerini etkileyen faktörlerin incelenmesine

yöneliktir. Çalışmada organik ürün algılanmasında cinsiyet, meslek ve ortalama gelirin farklılık oluşturan değişkenler olduğu belirlenmiştir (İnci, vd., 2014). İnci, Karakaya ve Şengül (2017), Diyarbakır il merkezindeki tüketicilerin organik ürünlere yönelik tutumlarını ve organik ürünleri tercih etmelerinde etkili olan faktörleri belirlemeye yönelik çalışmalarında, tüketicilerin %54,5'nin organik ürün tükettiklerini ve organik ürün tüketen tüketicilerin yaklaşık %23,1'nin organik süt ve süt ürünlerini tükettikleri belirlenmiştir.

3. ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Gelişen yaşam şartları ve ilerleyen teknoloji, temel ihtiyaçlarda da genel olarak bir değişme neden olmamış ancak temele ihtiyaçların niteliklerini değiştirmeye başlamıştır. Maslow'un piramidinde ilk sıralarda yer alan "beslenme ihtiyacı" esas olarak aynı kalsa da beslenme tarzlarında değişiklikler olmuştur. Bu değişikliklerden en önemlisi, "organik tarım" ve "organik beslenme" kavramları toplumlara girerek hatırı sayılır bir yer edinmeye başlamıştır. Besin ürünlerinin geçmişte sahip olduğu nitelikler, gerek teknolojik gelişmeler gerek nüfusun artması ile oldukça büyük değişimlere uğramıştır. Günümüz toplumları geçmişte sahip oldukları ve sahip olduklarının farkına bile varmadığı nitelikli, sağlıklı besinlere bugün ek bir maliyet ödeyerek ulaşmakta hatta ulaşmakta zorluk çekmektedir. Bu ürünlerden biri de organik süttür.

Bu çalışmada, talebi istenilen düzeyde artmayan organik süt tüketici tercihi incelenmiştir. Araştırmada organik süt tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri ile organik besinlere karşı tutum ve davranışlarını belirlenerek, satın alma kararlarında etkili faktörler ortaya koyulmuştur.

3.2. Tasarım ve Yöntem

Araştırmanın ana kütlesini, Kırklareli Babaeski Merkez ilçesinde yaşayan 18 yaşında büyük bireyler oluşturmuştur. Belirlenen anakütlenin tamamına ulaşmak mümkün olmadığından örnekleme yolu ile veriler, 2017 yılı Ağustos ve Eylül aylarında toplanmıştır. Örneklem seçiminde basit rasgele örnekleme kullanılmış ve 167 anket toplanmıştır. Bu kişilerin 69'u organik süt tüketmeyen ve 98'i de organik süt tüketen kişilerdir.

Araştırma verilerin toplanmasında anket yöntemi kullanılmıştır. Anket sorularının formunun hazırlanmasında literatür çalışmasından ve Sarıkaya (2007) tarafından hazırlanan anket formundan faydalanılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde SPSS paket programı kullanılmıştır. Değerlendirmede tanımsal istatistiklerden ve Lojistik Regresyon analizinden faydalanılmıştır.

3.3.Araştırma Bulguları

Çalışmada ilk olarak örneğe ait tanımsal istatistikler incelenmiştir. Buna göre katılan 167 kişinin, %54,2'si kadın ve %45'8'i erkektir. Ankete katılanların %58,7'si (98 kişi) organik süt alırken %41,3'ü (69 kişi) organik süt almamaktadır. Cinsiyet farklılığı göz önünde bulundurulduğuna ise kadınların %56'sı ve erkeklerin %61,8'i organik süt almaktadır. Evlilerin %63,3'ü organik süt alırken bu oran organik süt almayanlarda %42'ye düşmektedir.

Öğrenim durumu incelendiğinde; organik süt alanların %33'ü lisans mezunu olup bunu %27 ile lise mezunları izlemektedir. Benzer sonuç organik süt almayanlarda da görülmüştür. Organik süt almayanların çoğunluğunu (%28), lisans mezunları oluştururken bunu %26 ile lise mezunları izlemektedir (Tablo 1).

Tablo 22. Ankete Katılanların Cinsiyet, Medeni Durum ve Eğitim Durum Dağılımları

Organik Süt	Cinsiyet	f	%	M. Durum	f	%
Alan	**Erkek**	47	48	**Evli**	62	63,3
	Kadın	51	52	**Bekar**	36	36,7
Almayan	**Erkek**	29	42	**Evli**	29	42
	Kadın	40	58	**Bekar**	40	58
	İlköğrenim	**Ortaöğrenim**	**Lise**	**Önlisans**	**Lisans**	**Lisansüstü**
Alan	0,05	0,15	0,27	0,16	0,33	0,04
Almayan	0,12	0,12	0,26	0,16	0,28	0,07

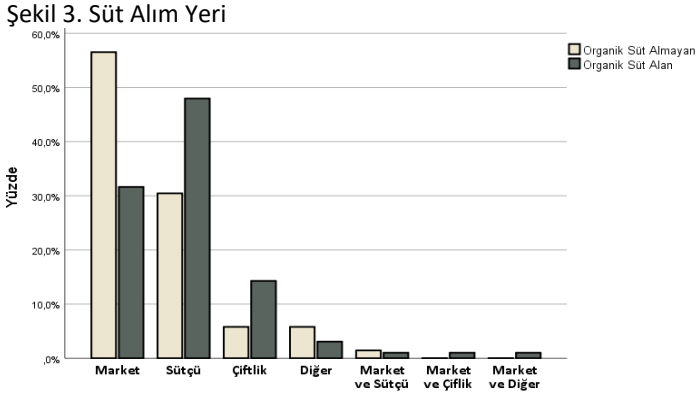
Ankete katılanların gelir dağılımları Tablo 2'de gösterilmiştir. Ancak bu 10 kişinin gelir sorusuna cevap vermediği belirlenmiştir. Cevap verenlerin %27,4'ü, 2.000. 2.500 TL arasında aylık gelire sahiptir. En düşük gelir yüzdesine sahip gelir grubu ise %17,2 ile 4.001 TL ve üstü olan gelir grubudur.

Tablo 23. Ankete Katılanların Gelir Dağılımları

Gelir Aralığı	f	%	Geçerli %
2.000-2.500 TL	43	25,7	27,4
2.501-3.000 TL	33	19,8	21
3.000-3.500 TL	28	16,8	17,8
3.501-4.000 TL	26	15,6	16,6
4.001 TL ve üstü	27	16,2	17,2
Toplam	**157**	**94**	**100**

Organik süt alan ve almayan tüketicilerin sütü satın alma yerleri belirlenmiştir. Organik süt alanların çoğunluğu (%48) sütün satın almak için sütçüleri tercih ederken organik süt almayanların satın alma yerlerindeki büyük çoğunluğu (%56,5) marketler oluştururken %30,4'ü ise sütlerini sütçüden almaktadır (Şekil 1).

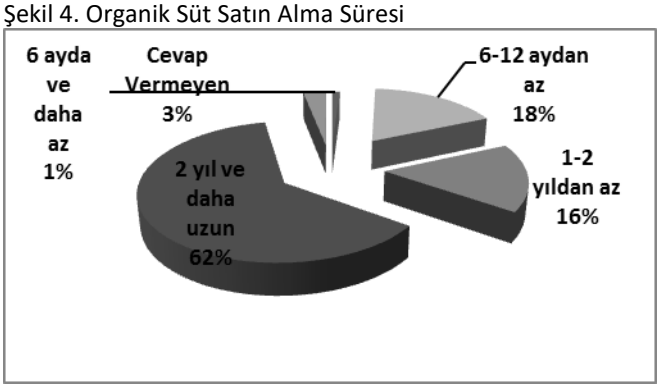
Şekil 3. Süt Alım Yeri



Organik süt satın alanların büyük çoğunluğu (%62,2), 2 yıl ve daha uzun süreden beri aldıklarını ifade etmişlerdir. 6 ay ve daha kısa süreden beri organik süt satın alanların oranı ise yaklaşık %1'dir. İlgili soruya yanıt vermeyen katılımcı sayısı %3,1'dir.

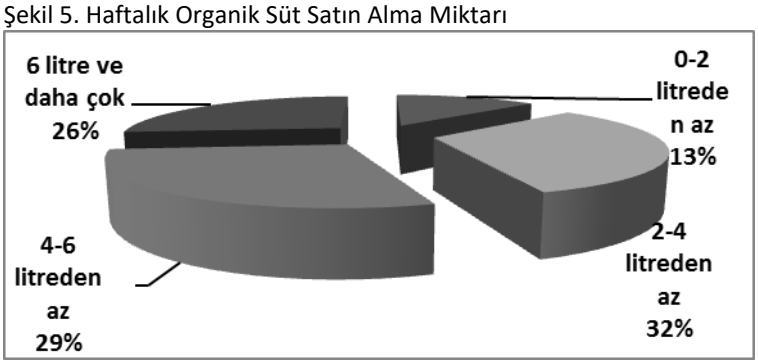
Şekil 2 incelendiğinde; organik süt satın alanların büyük çoğunluğu (%62,2), organik sütü 2 yıl ve daha uzun süreden beri aldıklarını ifade etmişlerdir. 6 ay ve daha kısa süreden beri organik süt satın alanların oranı ise yaklaşık %1'dir. İlgili soruya yanıt vermeyen katılımcı sayısı %3,1'dir.

Şekil 4. Organik Süt Satın Alma Süresi



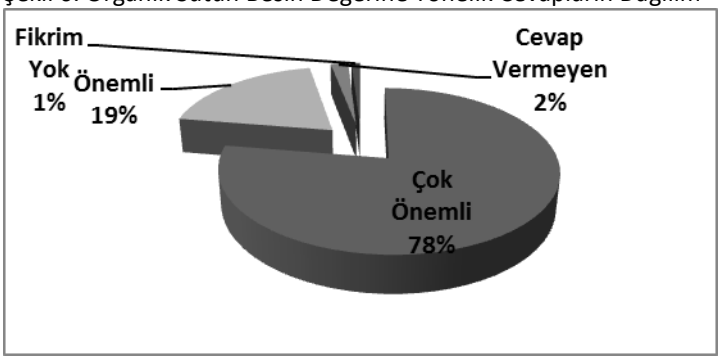
Organik süt alanların haftalık organik süt tüketim miktarı incelendiğinde (Şekil 3), büyük çoğunluğunun (%31,6) 2-4 litre arasında tüketim yaptığı görülmektedir. Bunu %28,6 oranı ile 4-6 litre ve %26,5 ile 6 litre ve üstünde süt tüketenler izlemiştir. 0-2 litre organik süt tüketenlerin oranı ise sadece %13,3'tür.

Şekil 5. Haftalık Organik Süt Satın Alma Miktarı



Tüketicilerin organik süt satın alma fiyatları sorulduğunda, %34,7'sinin litresini 3TL ve üzerinde satın aldıklarını ifade etmişlerdir. Bu fiyatı %28,6 ile 2,5 TL izlemiştir. Sütün fiyatını 1,5 TL alanların sayısı ise sadece %2'dir.

Şekil 6. Organik Sütün Besin Değerine Yönelik Cevapların Dağılım



Organik süt tüketicilerinin, organik sütü diğer sütlere göre tercih etme nedenleri **arasında "besin değerinin yüksek"** olmasının tüketiciler için %77,6 oranında çok önemli olduğu ve %19,4 oranında ise önemli olduğu belirlenmiştir. Besin değeri ile ilgili olumsuz görüş bildiren tüketicinin olmadığı ancak fikri olmayan ve cevap vermeyen tüketicilerin olduğu Şekil 4'te gösterilmiştir.

Organik sütün tercih edilmesindeki bir diğer nedenin **"sağlıklı olması"** fikrine katılanların oranı %84,7'dir. Sağlık ile ilgili kaygılarının olmadığını söyleyen katılımcıların oranı ise %2'de kalmıştır.

Organik süt tercihinde, **"ürünün ambalajlı olması"** durumuna verilen önem dikkate alındığında yarıya yakın bir kısmının (%49) ambalaja önem vermediği belirlenmiştir. Ambalajının önemli ve çok önemli olduğuna katılanların oranı ise %35,7'dir. Bu soruya yanıt vermeyenlerin oranı yine %2'ler de kalmıştır.

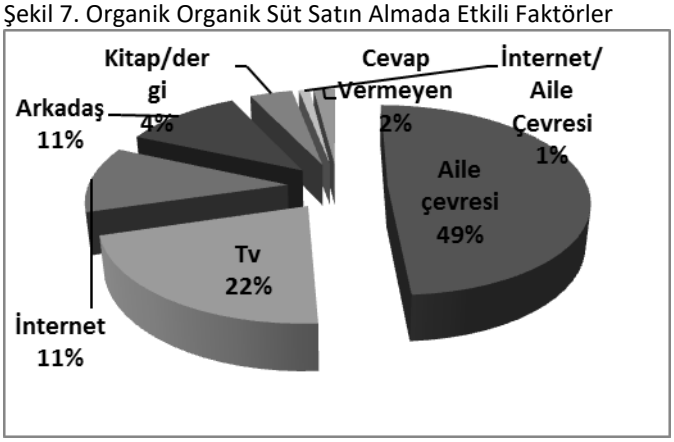
Organik sütü tercihinde önemli olan bir diğer faktör **"hormon düzeyi ve katkı maddesinin az"** olmasıdır. Özellikle tercihte hormon düzeyi ve katkı maddesinin az olmasının çok önemli ve önemli olduğunu ifade edenlerin toplam oranı %96,9'dur. İlgili tercih nedenleri incelendiğinde bu özelliğin tercih en önemli bir faktör olarak ön plana çıktığı söylenebilir.

Her üründe olduğu gibi organik sütte de **"fiyat"** faktörünün tüketici tercihindeki önemi belirlenmiştir. Buna göre fiyatın, organik süt tercihinde önemli ve çok önemli olduğunu vurgulayan katılımcı %48 olmasına rağmen önemli ve hiç önemli olmadığını ifade edenlerin oranı ise %40,8'dir.

Hem organik süt hem de organik süt satın almayan katılımcıların organik süt satın alma olasılıklarını artırmada etkili olduklarını düşündükleri faktörler incelenmiştir. İlk faktör olarak "daha düşük fiyat" olması durumu ele alınmıştır. Buna göre organik süt alanların %43,9'u bunun çok önemli veya önemli olmadığını ifade ederken organik süt almayanlarda bu oran sadece %11,5'te kalmıştır. Oranın düşük çıkmasındaki bir diğer etken de cevap vermeyenlerin sayısının %24,6 olmasıdır.

Organik süt satın alma olasılığını artırmada etkili bir diğer faktör olarak organik süt ile ilgili daha fazla bilginin olmasına duyulan ihtiyaçtır. Konu ile ilgili hem organik süt satın alanların hem de almayan katılımcıların daha fazla bilginin önemine işaret etmişlerdir. Organik süt satın alanların yaklaşık %83,6'sı ve almayanların da %65,2'si konu ile ilgili daha fazla bilginin, organik süt satın alma olasılığını artırmada önemli olacağını düşünmektedir.

Şekil 7. Organik Organik Süt Satın Almada Etkili Faktörler



Organik süt kullanımında, katılımcılara etkili olan faktörler sorulduğunda en büyük etkinin aile çevresinden geldiği görülmektedir. Diğer faktörlerin sıralaması ise %21,4 ile TV, %11,2 ile internet ve arkadaş çevresi almıştır. Burada dikkat çekici nokta internet çağı olmasına rağmen aile faktörünün satın alımlarında ön sıralarda yerini korumasıdır. Ayrıca televizyonun da etkisinin, ona göre daha modern bir iletişim aracı olan internete göre daha yüksek bir etki alanı oluşturmasıdır.

Araştırmada ayrıca organik süt satın alıp almamanın cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu ve gelir değişkenleri ile ilişkili olup olmadığı incelenmiştir. Yapılan Ki-Kare analizi sonucu organik süt satın alıp almamanın, cinsiyet $(\chi^2 = 0{,}574; df = 1; p = 0{,}449 > 0{,}05)$ ve eğitim $(\chi^2 = 3{,}704; df = 5; p = 0{,}593 > 0{,}05)$ değişkenleri ile aralarında bir ilişkinin olmadığı belirlenmiştir. Diğer taraftan medeni durum $\chi^2 = 7{,}364; df = 1; p = 0{,}007 < 0{,}05)$ ve gelir $\chi^2 = 13{,}015; df = 4; p = 0{,}01 < 0{,}05)$ ile aralarında ilişkinin olduğu gösterilmiştir.

Çalışmanın bundan sonraki aşamasında Lojistik Regresyon analizi uygulanmıştır. Lojistik Regresyon analizi; bağımlı değişkenin niteliksel/kategorik veri türünde olduğu durumlarda, bağımlı değişken ile açıklayıcı (bağımsız) bir ya da daha fazla değişken arasındaki ilişkiyi tanımlamak için kullanılmaktadır.

Gözlemleri, verilerin yapısında bulunan olası gruplara atanmada kullanılan yöntemlerden (örneğin; kümeleme ve diskriminant analizi) biri olan lojistik regresyon analizi, varsayım kısıtının olmaması (normal dağılım ve süreklilik varsayımı ön koşulu yoktur), kullanım rahatlığı ve kolay yorumlanabilmesi gibi nedenlerle son yıllarda çeşitli alanlarda geniş bir kullanım alanı bulmuştur.

İki kategorili LR genellikle riskli durumların "1" risksiz durumların ise "0" ile kodlanması uygundur. Yapılan araştırmada bağımlı değişken olarak organik sütün satın alınması "1" olarak kodlanmıştır. Analize alınan bağımsız değişkenler ve kodları aşağıda gösterilmiştir. Analizde sürekli değişken olarak "yaş" değişkeni kullanılmıştır. Buna göre;

Cinsiyet: 1-Erkek ve 0-Kadın (Referans)
Medeni Durum: 1-Bekar (Referans) ve 0- Evli
Eğitim: 1- Üniversite eğitimi almayan (Referans) ve 0-Üniversite eğitimi alan
Gelir: 1- 3.000 TL'den az geliri olan (Referans) ve 0- 3.000 TL'den fazla geliri olan
Kendine ait evi olan: 1-Evet ve 0- Hayır (Referans)
Araştırmada ilk olarak "Omnibus testi" yapılmış Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 24. Omnibus Testi

	Ki-Kare	Serbestlik Derecesi	p
Adım	17,696	5	,003
Blok	17,696	5	,003
Model	17,696	5	,003

Omnibus testi, çoklu korelasyon katsayısının testine eş değer bir testtir. Buna göre p=0,003<0,05 olduğundan modelin anlamlı olduğu anlaşılmaktadır.

Modele ait Tablo 4'te yer alan anlamlılık testleri incelendiğinde,-2LL değeri 205,919 olarak hesaplanmıştır. Tek değişkenin anlamlı olduğu model için χ^2 = 3,841 ⟨ 205,919) olduğundan H_0 hipotezi reddedilmiş ve katsayılardan en az birinin sıfırdan farklı olduğu sonucuna varılmıştır (α=0,05).

Cox ve Snell R^2 istatistiğinin 0-1 arasında değer almasını sağlamak amacıyla geliştirilen Nagelkerke R^2 ise 0,137 olarak hesaplanmıştır. Bu değer de organik süt ve ürünleri alımı ile bağımsız değişkenler arasında ilişkinin yüksek olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 25. Model Özeti

Adım	-2 Log Olasılığı	Cox&Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	205,919[a]	,102	,137

Elde edilen modelin uyum iyiliği testi için gözlenen ve beklenen frekans değerleri göz önünde bulundurularak hesaplanan Hosmer-Lemeshow (H-L) testi sonuçlarına ait Tablo 5 incelendiğinde H_0 hipotezinin kabul edildiği görülmektedir (p=0,646>0,05). Bu sonuca göre elde edilen modelin veri kümesiyle uyumlu olduğu söylenebilir.

Tablo 26. Model iyiliği testi (Hosmer-Lemeshow Testi)

Adım	Ki-Kare	Serbestlik Derecesi	Sig.
1	6,013	8	,646

Modelde yer alan değişkenler ve anlamlılık düzeyleri incelendiğinde (Tablo 6), sadece gelir değişkeninin anlamlı olduğu görülmektedir (α=0,05).

Tablo 27. Modeldeki Değişkenler

	B	Standart Hata	Wald	Serbestlik Derecesi	p	Exp (B)	%95 Güven Sınırları için Exp (B)	
							Alt	Üst
Cinsiyet	0,47	0,355	1,756	1	0,185	1,6	0,798	3,206
M. Durum	0,744	0,44	2,862	1	0,091	2,105	0,889	4,984
Ev	0,296	0,408	0,527	1	0,468	1,344	0,605	2,989
Eğitim	0,289	0,397	0,528	1	0,467	1,335	0,613	2,909
Gelir	0,861	0,36	5,718	1	0,017	2,365	1,168	4,790
Yaş	0,000	0,022	0,000	1	0,99	1,000	0,958	1,043
Sabit	-1,054	0,811	1,687	1	0,194	0,349		

Bağımsız değişkenlerin verilen özelliklerine organik süt ve ürünleri alma olasılık değerleri aşağıdaki denklem yardımıyla elde edilebilir.

Organik Süt ve Ürünleri Satın Alma Olasılığı=P (Y=1)= $\frac{1}{1+e^{-(0,861)}}$

Elde edilen modele göre geliri 3.000 TL'den daha fazla olanların organik süt ve ürünlerini alma olasılığı, 3000 TL'den az olanlara göre 2,365 kat daha fazladır.

Modele ait doğru sınıflandırma tablosu (Tablo 7) incelendiğinde, model ile tüketicilerin organik süt ve ürünlerini satın alma durumunu doğru tahmin etme oranı %63,6'dır.

Tablo 28. Sınıflandırma Tablosu

	Tahmin Edilen		Doğru Sınıflama (%)
Gözlenen	**Almayan**	**Alan**	
Almayan	33	35	48,5
Alan	25	72	74,2
Toplam			**63,6**

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Geçmişte tüketicilerin gıdaların arz miktarı ile ilgili kaygıları azalmış, miktar ile kaygılar yerini ürünlerin içeriğine de yönlendirdiği için yerel olarak üretilen gıda ve organik gıda ürünlerine olan talebin artmasına yol açmıştır. Son yıllarda pek çok gıda ürününde olduğu gibi sütte de değişen tüketici tercihi yönünü organik süte çevirmiştir. Bu çalışmada, artan talebe rağmen beraberinde gıda güvenliği endişesini en üst düzeyde beraberinde getiren organik sütteki tüketici tercihleri incelenmiştir. Yapılan araştırma ile geniş bir pazar potansiyeline sahip olacak organik sütün tercih nedenleri veya tercih yoğunluğunu artıracak nitelikler ile tercihte etkili sosyo-demografik özellikler de belirlenmiştir.

Çalışmada, organik süt satın alıp almamanın, cinsiyet ve eğitim değişkenleri ile ilişkili olmadığı, ilişkili değişkenlerin medeni durum ve gelir olduğu belirlenmiştir. Elde edilenlerin aksine Sarıkaya (2007), cinsiyet ve eğitim değişkeni ile organik ürün satın alınması arasında ilişkinin olduğunu belirlemiştir. Dağıstanlı ve diğerleri (2010) ise bulunanlara paralel, gelir düzeyine bağlı olarak organik ürün konusundaki bilinç düzeyinde artışların olduğunu belirlemiştir. Akgüngör, Miran ve Akbay (2010) da yüksek gelirli bireylerin organik ürün alımlarına olan ilgisinin arttığını ortaya koymuştur.

Çalışmada yapılan Lojistik Regresyon analizinde, analize alınan bağımsız değişkenler; cinsiyet, medeni durum, gelir, eğitim, gelir, ev sahipliği ve yaş kullanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda gelir değişkeni hariç diğer tüm değişkenlerin organik süt almada belirleyici faktör olmadığı anlaşılmıştır. Buna göre geliri 3.000 TL'den daha fazla olanların organik süt ve ürünlerini alma olasılığı, 3.000 TL'den az olanlara göre 2,365 kat daha fazladır.

Organik süt alanların organik süt tüketim miktarı incelendiğinde büyük çoğunluğunun 2-4 litre arasında tüketim yaptığı görülmektedir. Çabuk bozulan ve aynı zamanda uygun şartlarda saklanmayan sütün insan sağlığını tehdit edeceği düşüncesinden hareketle arz edenlerin, talep tahminleri çok önemli bir durumdur.

Organik süt alanların çoğunluğu sütü içmek amaçlı almasına rağmen kişi başı süt tüketiminde Türkiye oldukça gerilerden seyretmektedir. Türkiye Et Süt ve Gıda Üreticileri Derneği'nin (SET-BİR) araştırmasında, süt tüketiminin ABD'de kişi başına ortalama yıllık 292, AB ülkelerinde 342,5 litre olmasına rağmen Türkiye'de kişi başına ortalama yıllık süt tüketiminin 146 litre olduğu bunun sadece 23 litrelik kısmının içme sütü olduğu geri kalanın ise süt ürünleri olduğu belirlenmiştir (http://arsiv.ntv.com.tr/news/184389.asp).

Marketler gerek organik süt gerekse organik olmayan süt alımında yüksek oranda tercih edilen satış yerleridir. Bunun temel nedenleri arasında tüketicilerin gıda güvenliğini kurumsal firmalar ile daha çok sağlayabileceği düşüncesinin olduğu söylenebilir. Tüketicinin başlıca endişesini yok etmek yani organik sütün, hijyenin ve lojistiğini güvence altına alabilecek belirli bir standardın üzerine çıkarılabilecek kontrol ağının kalitenin oturtulabilmesi önemlidir. Yapılan çalışmada organik süt tüketicisinin çoğunluğu sütçü ve marketleri tercih ettiği belirlenmiştir. Karabaş ve Gürler'in (2012) çalışmalarında da organik ürünlerin satın alınma yeri olarak tüketicilerin en çok süpermarketleri tercih ettiğini ortaya koymuştur. Ancak son yıllarda ekonomik sıkıntılar nedeni ile sokakta veya pazarda açık olarak satılan sütte önemli bir artış olduğu belirlenmiştir. Türkiye Et, Süt ve Gıda Üreticileri Derneği'nin (SET-BİR) yaptığı araştırmada Türkiye'de üretilen sütün ancak yüzde 21,8'i modern işletmelerde, geri kalanı ise "sağlık bilgisi şartlarının ne olduğu bilinmeyen ve denetlenmeyen mandıralarda işlendiğinin" belirlenmiştir (http://arsiv.ntv.com.tr/news/184389.asp). Bu sonuçtan yola çıkılarak marketler ile yerel süt üreticilerinin işbirliği yapması organik süt tüketiminin artmasında etken olabilir. Ancak burada süt üreticilerinin sağlıklı, hijyenik ve standartlara uygun süt arzının garantisini vermesi ve bunun da sıkı kontrollere tabi tutulması gerekir.

Organik süt alımında bilgi ve internet çağına rağmen geleneksel olarak en etkili faktörün aile çevresi olduğu belirlenmiştir. Bu durumda ailelerin doğru ve tam olarak bilgilendirilmesi büyük önem kazanmaktadır.

Organik süt satın alınmasını artıracağı düşünülen en önemli unsurlardan biri gerekli tüketicilere yeterli bilginin verilmesidir. Konu ile ilgili bir diğer önemli faktör ise organik gıdaların daha sağlıklı olduklarına ilişkin yeterli bilimsel kaynaklardır. Ancak yapılan lojistik regresyon analizi incelendiğinde gelir durumundaki iyileşmeler organik süt alımı olasılığını artırmaktadır.

Görünen şudur ki bunun da önceleyeni, devlet desteklerinin aile işletmeleri bazında desteklenmesi modernizasyonunu sağlanmasıdır. Ancak günümüzde büyük işletmelerin bile kontrolü ve sürekliliğinde büyük sıkıntılar vardır. Büyük işletmeler doğası gereği büyük sermayedarlar tarafından kurulur ve kar marjları düşük olduğunda da belirli bir süre sonra sektörde yerlerini koruyamazlar.

Özellikle bu denli önlem arz eden, dikkat gerektiren bu işte ve organik gıda sürekliliğinde işi geçim kaynağı olan aile işletmelerinin desteklenmesi, modernizasyonun sağlanması ve bunun halka doğru şekilde anlatılıp tanıtılmasıdır. Bu hemen olabilecek bir şey değildir. Ama şehre yakın yerlerdeki örnek işletmelere ücretsiz gezilerle yerinde gösterilirse insanlar için daha inanılır güvenilir bir hal alabilir.

Çalışma anketin yapıldığı Babaeski ilçesi ile sınırlandırılmış olup çalışma sonuçları bu çerçevede değerlendirilmelidir.

KAYNAKÇA

AKGÜNGÖR, S., MİRAN, B., AKBAY, C. (2010). Consumer willingness to pay for organic products in urban Turkey. Journal of International Food and Agribusiness Marketing, 299-313.

AKIN, M., ÇİÇEK, R., İNAL, M. E., TOKSARI, M. (2010). Niğde İlindeki Tüketicilerin Sosyo-Demografik Özellikleri ile Organik Gıdalara İlişkin Tutum ve Bireysel Değerleri Arasındaki Farklılığın İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 12: 29-56.

ARMAĞAN, G., ÖZDOĞAN, M. (2005). Ekolojik yumurta ve tavuk etinin tüketim eğilimleri ve tüketici özelliklerinin belirlenmesi. Hayvansal Üretimi, 46 (2): 14-21.

DAĞISTAN, E., DEMİRTAŞ, B., YILMAZ, Y., TAPKI, N. (2010). Organik Ürün Tüketim Eğilimi. "Türkiye IX. Tarım Ekonomisi Kongresi 22-24 Eylül 2010, Şanlıurfa". Kongre Bildiri Kitabı (Editörler: B. Karlı, R. Özel, F.Ö. Kara), s: 312-319.

GÜLEY Z., UYSAL H., KILIÇ S. (2004). Organik Süt ve Süt Ürünleri Üretimi, Uluslararası Organik Hayvansal Üretim ve Gıda Güvenliği Kongresi, Kuşadası, 28 Nisan-1 Mayıs 2004; 382-392.

İLBAŞ A.İ. (2009). Organik Tarım İlkeler ve Ulusal Mevzuat, Ankara, Eflatun Yayın Evi.

İNCİ, H., KARAKAYA, E., ŞENGÜL, T. ve SÖĞÜT, B. (2014). Bingöl İlinde Kanatlı Eti Tüketimin Yapısı, Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi, 1 (1): 17-24.

İNCİ, H., KARAKAYA, E., ŞENGÜL, A.Y. (2017). Organik Ürün Tüketimini Etkileyen Faktörler (Diyarbakır İli Örneği). KSÜ Doğa Bil. Derg., 20(2), 137-147.

KARABAŞ, S., GÜRLER, A. Z. (2012). Organik Ürün Tercihinde Tüketici Davranışları Üzerine Etkili Faktörlerin Logit Regresyon Analizi ile Tahminlenmesi, Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10: 129-156.

SARIKAYA, N . (2007). Organik Ürün Tüketimini Etkileyen Faktörler ve Tutumlar Üzerine Bir Saha Çalışması, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (14), 110-125.

YAVUZER G.B., POLAT T., YAVUZER Ü. (2006). Genel Olarak Organik Tarım ve Yöntemi: Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Organik Tarım Sektörü Sektörel Stratejileri ve Uygulamaları, İstanbul, 2006.

Türkiye'de Yıllık Süt Tüketimi 146 Litre (http://arsiv.ntv.com.tr/news/184389.asp-, Erişim Tarihi 11.09.2018).

Sosyal Girişimcilik

Prof. Dr. Ahmet KUBAŞ[1]

[1]Namık Kemal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

Özet: Girişimcilik; kar elde etme amacıyla üretim faktörlerini kullanarak mal ve hizmet üretimine karar verilmesidir. Mal ve hizmetlerin üretilmesinde; doğal kaynaklar, emek, sermaye, girişimcilik, bilgi ve teknoloji yoğun olarak kullanılmaktadır. Ayrıca üretim süreçlerinde kullanılan programlar ve yazılım faaliyetleri de bunlara eklenebilir. Girişimcinin bu faktörleri kullanarak mal ve hizmet üretiminde vereceği çeşitli kararlar, girişimin başarılı veya başarısız olmasında oldukça önemlidir.

Sosyal girişimcilik kavramı ise daha çok kar amacı gütmeden, bireylerin ve toplumun ihtiyaçlarının karşılanması olarak ifade edilebilir. Topluluklar; çeşitli konularda karşılaştıkları sorunların çözümü amacıyla Sivil Toplum Kuruluşları şeklinde örgütlenerek, ihtiyaçlarını giderebilir. STK'lar toplumun ihtiyaçlarının karşılanmasına yardımcı olurken kamunun yükünü de azaltmaktadır. Buna örnek olarak herhangi bir çevre derneğinin yapacağı ağaçlandırma çalışması fayda sağlarken, maliyetler dernek üyeleri tarafından karşılanmaktadır.

Sosyal girişimciliğin hedefi ihtiyaçların karşılanması olup sosyal faydanın artırılmasıdır. Özellikle ihtiyaç sahibi bireylerin yaşam kalitesinin artırılmasında ihtiyaç duyulan sektörlerde görülen iş fırsatlarının, yoksul ve yeterli mesleki eğitime sahip olmayan yoksul kesimin, meslek edindirme konusunda çalışan bir gönüllü organizasyon tarafından, örneğin dikiş-nakış, el sanatları, kaynakçılık, hediyelik eşya üretimi konusunda eğitim vermesi örnek olarak verilebilir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal girişimcilik, eğitim, STK, üretim faktörleri

Social Entrepreneurship

Abstract: Entrepreneurship is to determine the production of goods and services by using production factors to make profit. In the production of goods and services; natural resources, labor, capital, entrepreneurship, information and technology are used extensively. In addition, programs used in production processes and software activities can also be added to these production factors. The various decisions of the entrepreneur in the production of goods and services by using these factors are very important for the success or failure of the enterprise.

The concept of social entrepreneurship can be expressed as meeting the needs of individuals and the society in a nonprofit perspective. Communities can meet their needs by organizing as NGOs in order to solve the problems they face. NGOs help to meet the needs of the society while reducing the public burden. As an example, while the afforestation work of any environmental association will benefit, the costs are covered by the members of the association.

The aim of social entrepreneurship is meeting the needs of society and also increasing the social benefit. Especially the vocational training (eg. sewing-embroidery, handicraft, sourcing, souvenir production) given to the poor and/or poorly educated people by a voluntary organization for both increasing their quality of life and also supplying qualified personnel to the sectors in need can be given as an example.

Keywords: Social entrepreneurship, education, NGO, production factors

1. GİRİŞ

Sosyal girişimcilik çok geniş bir alanı ifade ediyor olsa da burada özellikle altı çizilmesi gereken konu, sosyal girişimcilerin hem kar amacı gütmeyen sektör temsilcileri olan vakıf ve dernek yöneticilerinden, hem de özel sektör temsilcileri olan kar amacı güden girişimcilerden farklı olduklarıdır. Aslında hem özel sektör girişimcileri hem de sosyal girişimciler fırsat ve kaynakların buluşmasını sağlamakta iyi olsalar da bu iki girişim arasındaki en önemli fark, sosyal girişimcinin toplum ve diğer paydaşlar için değer yaratması iken, özel sektör girişimcisinin hissedarlar için zenginlik yaratması ve sermaye birikimi sağlamasıdır. Dolayısıyla sosyal girişimciler özel sektör girişimcilerden kar elde etme konusuna verdikleri önem itibariyle farklıdırlar. Özel sektör girişimcileri kar elde etmeyi birincil amaç olarak benimserlerken, sosyal girişimciler için en önemli amaç sosyal değişim yaratmaktır. Kar elde etmek bu amaca hizmet eden tali bir amaçtır. İşte bu noktada, sosyal girişimcilerin kar amacı gütmeyen, klasik anlamda sadece gelirlerini bağış ve üye aidatlarından sağlayan hayırsever vakıf ve dernek yöneticilerinden farkı ortaya çıkmaktadır. Bu fark, her ne kadar birincil amaç olmasa da, sosyal girişimcilerin kazanılmış gelire yani kara da ihtiyaç duyuyor olmasının bir göstergesidir. Sosyal girişimci örgütlerin sürdürülebilirliği de işte bu farkla, yani sosyal girişimcilerin yaratıcı bir şekilde farklı kaynaklardan yararlanmalarıyla mümkün olabilmektedir. Girişimci özellikle işaret eden bu yenilikçi kaynak kullanımı becerisi,

sosyal girişimciliği tanımlama aşamasına gelmeden önce, girişimcilik konusunun anlaşılmasını gerekli kılmaktadır (Güler, 2010).

İstihdam ve işsizlikle mücadelede girişimcilik en önemli çözüm yolu, ekonomik kalkınma ve büyümenin itici gücü, yenilik ve yaratıcılığın kaynağıdır. Ülkelerdeki ekonomik büyüme ve refahı artırmanın en önemli yolu rekabete dayalı özel girişimciliği artırmaktır. Özel mülkiyet ve dolayısıyla özel girişimcilik ekonomik büyüme ve refah düzeyini artıran önemli bir unsurdur. Girişimci, ekonomik kaynakların düşük üretkenli alanlardan yüksek üretkenli alanlara aktarılma sürecinde baş aktör, aynı zamanda üretim kaynaklarını yeni bir tarzda birleştirerek kullanılmayan üretim faktörlerinin kullanılmasını da sağlamakta, ama daha önemlisi kullanılmakta olan üretim araçlarında ve mevcut girdilerde yeni kombinasyonlar yaparak üretimin artırılmasında oldukça önemli bir role sahiptir. Girişimci yeni fikirlerin yaratılması, yayılması ve uygulamasını hızlandırır, ayrıca yeni endüstrilerin doğmasına yol açar, teknolojileri kullanan sektörlerde verimliliği artırır ve hızla büyüyen sektörler yarattığı için ekonomik büyümeyi hızlandırır. (Çögürcü, 2016)

Sosyal girişimciler çokça tartışıldığı üzere sosyal amaçlar ile ticari kaynaklar arasında köprü kuran, bu iki olguyu birbiri ile uzlaştıran yapılar oluşturmaktadır. Zira salt sosyal amaca odaklanan bir sosyal girişim hayır kuruluşu olur, salt ticari amaca yönelmesi ise varlık amacı ile çelişir. O halde, sosyal girişimin belli bir alandaki sorunu yenilikçi yaklaşımla çözebilmesinin yolu bu iki mantığı başarılı bir şekilde uzlaştırmaktan geçer. Bunu yaparken hem iç paydaşlar (çalışanlar, gönüllüler) hem de dış paydaşlarla (yerel halk, ticari işletmeler vb.) olan farklılıkları etkin yönetebilmesi ve geliştirdiği ağ yapılar sayesinde çeşitliliğe önem vermesi gerekmektedir(Özeren, Saatçioğlu, 2016).

Sosyal Girişimcilik konusunda faaliyet gösteren işletmeler yapmış oldukları faaliyetler karşılığında varlığını ve faaliyetlerini sürdürebileceği kadar gelir elde edebilir. Bunlara örnek olarak çeşitli, vakıflar, birlikler ve kooperatifler örnek verilebilir. Bunların kira, faaliyet geliri, organizasyon ve yaptığı faaliyetler karşılığı aldığı gelirler bu işletmelerin ayakta kalmasına yardımcı olmaktadır. Bu işletmelere ilişkin faaliyet gösterdiği alanlar birbirinden oldukça farklı alanlarda olmakla birlikte toplumsal faydayı artıran kuruluşlardır.

2. KOOPERATİFLER

Kooperatifler kar amacı gütmeyen, aynı çıkar doğrultusunda güçlerini birleştiren ve ekonomik faaliyet gösteren bir ortaklık şeklidir. Daha çok tarımsal ürünlerin toplanması, işlenmesi ve pazarlanması konusunda faaliyet gösteren kooperatifler bulunmaktadır. Ancak bunun yanında ev sahibi olmak amacıyla kurulan yapı kooperatifleri, balıkçılık kooperatifi, taşıma kooperatifi, arıtma tesisi kooperatifi gibi, sulama kooperatifleri gibi çok farklı alanlarda faaliyet göstermektedir. Burada temel amaç ortakların tek başına yapamadıkları ekonomik faaliyetleri güçlerini birleştirerek birlikte yapmalarına kooperatifleşme denmektedir.

Türkiye'de kooperatifçilik hareketinin tarihi incelenirse, Mithat Paşa'nın Tuna Valisi iken Niş vilayetinin şimdiki Bulgaristan-Yugoslavya sınırında bulunan Pirot kasabasında 1863 yılında kurduğu "Memleket Sandıkları"'na kadar gitmek gerekir(Mülayim, 2006; İnan 2008)

Kooperatifler Kanunu 1969 yılında yürürlüğe girmiş 1163 sayılı, kooperatiflerin gelişmesi ve üst örgütlerinin kurulmasına olanak vermesi ve uluslararası kooperatifçilik ilkeleri ile uyumu açısından bazı eksikliklere rağmen olumlu yasadır. Kooperatifler Kanunu 2004 yılında bazı değişiklikler yapılmıştır. Kooperatifin tanımını içeren Kanunun 1. Maddesi: "Tüzel kişiliğe haiz olmak üzere ortakların belirli ekonomik menfaatlerini ve özellikle meslek ve geçimlerine ait ihtiyaçlarını işgücü ve parasal katkılarıyla karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet suretiyle sağlayıp korumak amacıyla gerçek ve tüzel kişiler tarafından kurulan değişir ortaklı ve değişir sermayeli ortaklıklara kooperatif denir" şeklinde değiştirilmiştir (İnan 2008).

Kooperatifler kar amacı gütmeden, ortaklarının ihtiyaçlarına göre kurulan ve faaliyet gösteren işletmelerdir. Bu işletmeler elde ettikleri gelirleri, ortaklarının katılım veya katkıları oranında dağıttıktan sonra işletmenin zor durumda kalmaması için genel kurulda alınan karar doğrultusunda yedek akçe adı altında işletmenin ayakta kalabilmesi için kardan pay ayırmaktadır. Bunun dışında elde edilen gelirler ortaklara dağıtılmaktadır.

Kooperatifler dışında kurulan Birlikler'de benzer konularda faaliyet göstermekle birlikte yönetim yapısı kooperatifler kadar ortakların söz hakkı bulunmamaktadır. Birlikler köylere hizmet götürme ve sulama amacıyla kurulmuş yarı özerk kurumlardır. Birlikler süt toplama, çevre sorunlarının çözümü, sulama amacıyla su yönetimi gibi konularda faaliyet göstermektedir. Bunun dışında çok çeşitli alanlarda faaliyet gösteren hizmet birlikleri de bulunmaktadır. Birlikler ticari faaliyet göstererek gelir elde edebilen yarı özerk kuruluşlardır.

3. DERNEKLER

Dernekler kar amacı olmayan, sosyal girişimler olup toplumsal fayda sağlama amacıyla faaliyet gösteren kişilerin bir araya gelerek kurdukları organizasyonlardır. Dernekler, yiyecek ve içecek, çevre koruma, sağlık, yardımlaşmadan sanata çok geniş bir yelpazede faaliyet sürdürmekte olan sivil toplum kuruluşlarıdır. Türkiye'nin sosyal yardımlaşma konusunda en önemli derneği Kızılay olup ulusal ve uluslararası düzeyde ihtiyaç sahiplerine yardım eli uzatan köklü bir derneğimiz olup kesinlikle kar amacı gütmeyen bir yardım organizasyonudur.

Türkiye'de 5253 sayılı yeni Dernekler Kanunu, 23.11.2004 tarih ve 25649 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Resmi gazetede yayınlanan Kanunun 1. Maddesinde amacı; dernekler, dernek şube veya temsilcilikleri, federasyonlar, konfederasyonlar ve yabancı dernekler ile merkezleri yurt dışında bulunan dernek ve vakıf dışındaki kâr amacı gütmeyen kuruluşların Türkiye'deki şube veya temsilciliklerinin yasak ve izne tâbi faaliyetlerini, yükümlülüklerini, denetimlerini ve uygulanacak cezalar ile derneklere ilişkin diğer hususları düzenlemektir.

Kızılay derneği sosyal girişimcilik açısından önemli hizmetler vermektedir; kan toplama, depolama ve ulaştırma, uluslararası yardımlar, sosyal hizmetler, sağlık hizmetleri, ilk yardım, eğitim ve gençlik hizmetleri, göç ve mülteci hizmetleri gibi yardımlaşma konusunda Türkiye'nin en önemli derneklerinden birisidir (www.kizilay.org.tr, 2018).

Türkiye Omurilik Felçlileri Derneği (TOFD) tarafından organize edilerek, plastik kapakların toplanarak engelli vatandaşlarımızın toplumla buluşmalarını sağlayacak tekerlekli sandalyeye dönüştürülmesi sağlanmaktadır. Böylece engelli vatandaşlar halkın içinde günlük hayatını sürdürürken doğadaki canlıların bu kapakları yutarak hayatlarını kaybetmeleri önlenmiş olmaktadır. Türkiye Omurilik Felçlileri Derneğinin bu faaliyeti sosyal girişimcilik için örnek olarak verilebilir.

İçtiğiniz su şişesinin ya da damacananın, zeytinyağınızın, meşrubatınızın kapağını atmak yerine biriktirirseniz sizler de engelli vatandaşlarımızın özgür kalmasına yardımcı olabilirsiniz. Yürütülen bu kampanya ile toplanan kapakların geri dönüşümü sayesinde elde edilecek gelirin tamamı; şu anda akülü ve manuel tekerlekli sandalyesine kavuşmayı bekleyen binlerce kişiyi hayatla buluşturulacaktır (www.tofd.org.tr, 2018).

Bazı kamu ve özel işletmeler faaliyetlerinden dolayı gelirlerinin bir bölümünü çeşitli STK'ların faaliyetleri için bağışlamaları aynı şekilde sosyal girişimcilik olarak ifade edilebilir. Burada önemli olan ayrılan kaynağın amacına uygun bir şekilde kullanılmasıdır.

Türkiye'de bulunan Vakıflarda kar amacı gütmeyen ancak varlıklarını ve faaliyetlerini sürdürebilmek amacıyla ekonomik faaliyetlerde bulunan kuruluşlardır. Yoksul vatandaşlara destek amacıyla kurulan vakıflar yanında, eğitim ve diğer sosyal faaliyetler ve destekler amacıyla kurulan vakıflarda bulunmaktadır.

Bunun dışında kar amacı gütmeyen çeşitli kulüpler bulunmaktadır. Bunlar gençlerin amatör veya profesyonel olarak sportif faaliyetlerini gerçekleştirmek ve desteklemek amacıyla kurulmuş organizasyonlardır. Çeşitli dallarda faaliyet gösteren spor kulüpleri yanında öğrencilerin sosyal faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için kurulmuşlardır. Ayrıca bazı meslek grupları veya işadamlarının görüş alışverişinde bulunduğu yapılardır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sosyal girişimciliğin gelişmesi ile toplumun çeşitli ihtiyaçları karşılanırken kamunun bu alanlarda ayırdığı kaynak miktarı azalacaktır. Özellikle dernekler ve vakıfların sağlayacağı faydalar artarak toplumda dayanışma ve birliktelik duyguları artacaktır. Aynı zamanda toplumsal refahın artması için imkanı olan bireylerin katkı sağlamasına da fırsat sağlanmış olacaktır.

Sosyal girişimci, sosyal problemlerin çözümünde farklı kaynakları bir araya getirerek fırsatları yenilikçi bir biçimde değerlendiren ve bu sayede sosyal değişim yaratan bireylerdir (Özeren, Saatçioğlu, 2016). Özellikle gelişmekte olan ülkelerde karşılaşılan en önemli problemler yoksulluk, istihdam ve mesleki eğitim yetersizliği, çevre sorunları, vb., olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle STK'ların bu alanlarda yapacağı sosyal girişimcilik faaliyetleri toplumsal sorunların çözümüne önemli katkılar sağlayacaktır.

Sosyal girişimciliğin desteklenmesi için mevcut Sivil Toplum Kuruluşları ve yeni kurulacak olan STK'lar desteklenerek bunların ihtiyaç duydukları altyapı ve eğitim konularında işadamları, kamu ve yerel yönetimler tarafından desteklenmesi ülkemizin gelişmesi açısından faydalı olacaktır.

KAYNAKLAR

Çögürcü, İ., "İktisadi Doktrinlerde Geçmişten Günümüze Girişimciliğin Önemi", Selçuk Ün. Sos. Bil. Ens. Der. 2016; (35): 65-80, S.66, Konya, 2016,

Güler, Kümbül, Burcu, Sosyal Girişimcilik, Efil Yayınevi, ISBN:978-605-4334-13-1,S:148-149, 2010.

İnan,İ.,H.,Türkiye'de Tarımsal Kooperatifçilik ve AB Modeli, İTO, yayın No:2008-73, 978-9944-60-385-0, S.30-41, 2008, İstanbul

Özeren, E., Saatçioğlu, Ö.Y., "Sosyal Girişimcilikte İnovasyon ve Farklılıkları Yönetmek: Çöp(m)adam Örneği", Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi, Cilt:5, Sayı:1, S.90, 2016

Şahin, M., Bölgesel Girişimcilik Ekosistemi, Namık Kemal Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, S.12, 2016

https://www.tofd.org.tr/plastik-kapak-projemiz, 2018

https://www.kizilay.org.tr/neler-yapiyoruz

İşletme İçi Girişimcilik

Prof. Dr. Ahmet KUBAŞ[1]

[1] Namık Kemal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

Özet: İç Girişimcilik; işletme içerisinde üretim süreçlerinde yapılacak değişiklikler veya yeni yöntemler ile mevcut kalitenin korunarak geliştirilmesi sonucunda birim maliyetlerin düşürülmesi veya ürünün fonksiyonunun artırılması işlemidir. İşletme çalışanları veya yöneticilerin üretimde gördükleri sorunların işletme içerisinde giderilerek verimliliğin artırılması işlemidir.

İşletmeler iki temel konuya önem verdikleri takdirde iç girişimciliğin gelişmesiyle birlikte karlılık ve rekabet gücü artacaktır. Birincisi; işletme çalışanlarının düşüncelerini ve yeni fikirlerini söyleyebilecekleri işletme ortamının oluşturulması, ikincisi ise işletme çalışanlarının analitik düşünme yeteneğinin artırılması için başta mesleki eğitim olmak üzere çeşitli konularda hizmet içi eğitim fırsatının verilmesidir.

İç girişimcilik aynı zamanda mal ve hizmet üretiminin artırılması amacıyla hizmetin kalitesinin yükseltilmesi süreçlerinde de yaşanabilir. Özellikle bankacılık, sigorta, hotel ve benzeri sektörlerde müşteriye verilen hizmetin kalitesinin artırılmasıyla da gerçekleşebilir. Nitelikli hizmet müşterinin memnuniyeti yanında buna bağlı olarak müşteri sayısının artmasına da yardımcı olacaktır. Bu nedenle hizmet sektöründe çalışanların katılımıyla ortaya çıkacak iç girişimcilik faaliyetleri bu sektörde de işletmelerin karlılığını artıracaktır.

İç girişimcilik tüm sektörlerde çalışanların katılım ve önerileriyle üretim maliyetini azaltan ve işletmenin karlılığını azaltan bir yöntemdir. Karlılığı artan işletmelerin rekabetçiliği artmaktadır. Büyümek isteyen işletmelerin en önemli stratejik bakış açısı iç girişimcilik olmaktadır, işletme yöneticilerinin ve çalışanların, işletme içerisinde ve üretim süreçlerinde ortaya çıkabilecek sorunları ve yenilikleri işletmenin en tepe yöneticisine ulaştırabilecek esnek yönetim yaklaşımı anlayışı olmalıdır.

Anahtar Kelimeler:İç girişimcilik, yenilik, esnek yönetim, verimlilik, rekabetçilik

Internal Entrepreneurship

Abstract: Internal entrepreneurship; is the process of reducing unit costs or increasing the functions of the product as a result of the improvement of existing quality with new methods or changes in production processes within the enterprise. It is the process of increasing the efficiency by solving the problems experienced in the enterprise by the employees or managers.

Enterprises should give importance to two basic and important issues that enhance the internal entrepreneurship environment in the organization which in the end help the organization become more profitability and competitive. First is the establishment of the business environment where the employees can say their thoughts and new ideas freely. The second one is to provide in-service training opportunities on various subjects, primarily vocational training, in order to increase the analytical thinking ability of the employees.

Internal entrepreneurship can also be experienced in improving the quality of services in order to increase the production of goods and services. Especially in banking, insurance, hotels and similar sectors, internal entrepreneurship can be experienced by increasing the quality of the service given to the customer. Service quality will help to increase the number of customers as well as customer satisfaction. Therefore, the internal entrepreneurship activities that will emerge with the participation of employees in the service sector will also increase the profitability of the enterprises in this sector.

Internal entrepreneurship is a method that reduces the production costs but increases the profitability of the organization with the participation and suggestions of the employees. The profitability of the enterprises increases with the increase in their competitiveness. Internal entrepreneurship should be the most important strategic point of view of enterprises that wish to grow. And to do that, business managers and employees should have an understanding of flexible management approach, so that they can bring up the problems or innovations derived from these problems to the top management of the enterprise.

Keywords: Internal entrepreneurship, innovation, flexible management, productivity, competitiveness

1. GİRİŞ

Girişimcilik ekosistemi, herhangi bir işkolu veya ekonomik dinamizmle beslenen yapıdan farksız olarak, hukuki bir düzen içerisinde şekillenmektedir. Girişimciyi yönlendiren ve bulunduğu iş kolu çerçevesinde mükellefiyetlerini anlatan farklı düzenlemeler vardır. Bunlar girişimciler ve işlerin yürütülmesi açısından önemlidir. Şirket kurma kapatma, vergi mevzuatı, melek yatırımcılara sağlanan vergi avantajları, teknoparkların işleyişi, şirket birleşmeleri, marka, patent düzenlemeleri vb. birçok konuda hukuki düzenlemeler girişimcileri

doğrudan etkilemektedir. Girişimcilik politikası kendi başına bir politika alanı olmakla beraber, diğer politika alanlarıyla (adalet, eğitim vb.) dinamik bir etkileşim içerisindedir. Dolayısıyla, düzenleyici çerçeve hem her bir parçası ile tekil olarak, hem de parçalarının etkileşim içinde olduğu bir bütün ve sistem şeklinde girişimcilik performansını etkilemektedir(Şahin, 2016). S.31

İşletmelerin içinde özellikle üretim sürecinin gerçekleştiği bantlarda işletme dışında olduğu gibi bir ekosistem ve çeşitli paydaşlar bulunmaktadır. Bunlar işletme sahipleri, yöneticiler, çalışanlar(beyaz ve mavi yakalılar), tedarikçiler, bürokrasi, taşeronlar, alt yükleniciler, kalite elemanları, danışmanlar vb. diğer etkileyiciler olarak ifade edilebilir.

İç girişimciliğin gelişmesi doğrudan işletme içindeki ekosistemin yapısından etkilenmektedir. Bu nedenle önemli olan işletme içinde bulunan paydaşlar arasındaki koordinasyonun esnek yönetim yaklaşımı anlayışı içerisinde sürdürülerek fırsatların hızlı ve etkin bir şekilde değerlendirilmesine katkı sağlayacak şekilde olmalıdır. Üretim sürecinde herhangi bir birimdeki işçinin sürece ilişkin önerisi dikkate alınmalıdır. Çalışanın yeni önerisi; hiç önemsiz olabileceği gibi işletmenin tüm üretim sürecini olumlu etkileyecek çok önemli bir öneri de olabilir. Bu nedenle müşteriden ve çalışanlardan gelen geri besleme mutlaka dikkate alınarak üretim süreçlerinde değerlendirilmelidir.

İç girişimciliğin gelişmesi işletme içerisinde yapılacak iyileştirme ve yenilikler işletme verimliliğini artırarak üretim maliyetlerinin azalmasına da yardımcı olacaktır. Ürünün fonksiyonu ve kalitesi artırılırken birim maliyetinin düşürülmesi işletmenin piyasadaki rekabetçiliğini artıracaktır.

2. İÇ GİRİŞİMCİLİK

Girişimci kar elde etme amacıyla üretim faktörlerini bir araya getirerek üretim yapan kişi veya kuruma denir. Girişimci yatırıma kaynaklarını tahsis eden, aynı zamanda yatırım kararını veren kişi veya kurumdur. Girişimcilik üretim faktörlerinden birisi olup iyi eğitim almış girişimcinin yaratacağı iş ve gelir fırsatları bireyin refahı yanında ülkelerin kalkınması açısından da oldukça önemlidir.

İç girişimcilik ise; işletme içerisinde çalışanların yapmış olduğu girişimleri ifade etmektedir. Özellikle en alt birimden en üst birime kadar işletme içerisinde bulunanların yapmış oldukları konuyla ilgili faaliyetleri kapsamaktadır. Çalışanlar bilinçli veya tesadüfen üretim süreçlerinde veya organizasyonlarda verimliliği artıran bir yol veya yöntemi kendiliğinden tespit edebilirler. Bu duruma örnek olarak makine parçaları üreten işletmelerde maliyeti düşürücü yöntemlerin geliştirilmesi örnek olarak gösterilebilir. Ar-Ge birimlerinin üretimin etkinliğini ve verimliliğini artıran çalışmalar yanında ürünün kalitesini ve fonksiyonunu geliştirmek için uzmanlar tarafından yapılan çalışmalar da iç girişimcilik olarak ifade edilmektedir(Şahin, 2016).

Çalışanların görevlerini yaparken bakmak yerine yaptıkları işi görmeleri ve hissetmeleri sağlanmalıdır. Bunun için mesleki eğitimi en üst düzeye çıkarılarak her bir çalışanın yaptığı işin detayını bilmeleri ve önerilerini iletebilecek cesarete sahip olabilecekleri bir çalışma ortamı bulunmalıdır. Bunun için çalışanlara karşı ödüllendirme ve teşvik sistemi oluşturulmalıdır. Çalışanların, şirkete yapacağı her türlü katkı maddi ve manevi olarak desteklenmelidir. Ayrıca işletme yöneticilerinin yeniliklere ve yeni önerilere açık olmalıdır. Özellikle üretim süreçlerini verimli hale getirecek maliyeti azaltacak ve kaliteyi yükseltecek öneriler mutlaka dikkate alınmalıdır. Bunların önemli bir bölümü yararsız da olsa sadece yapılacak bir değişiklik işletme maliyetlerini ciddi düzeyde mali yükten kurtarabilir.

İç girişimcilik ile mevcut mal ve hizmetlerin geliştirilmesiyle kazandığı yeni özeliklere ise inovasyon denmektedir. Ürünün fonksiyonelliğini artıran ve ürüne yeni özellikler kazandırılması ile ürüne olan talep artırılmaktadır. Örnek olarak cep telefonlarının ilk çıktığında fotoğraf çekme özelliği olmamasına rağmen sonraki yıllarda fotoğraf makinesi olarak da kullanılması gösterilebilir. Ayrıca resim çözünürlük katsayısının sürekli artması, cep telefonunun şekli, görünüşü, ağırlığı ve benzeri değişiklikle ile mevcut ürünün yenilikleri artmakta ve bu iç girişimcilik faaliyeti ürünün rekabetçiliğini artırmaktadır. Yenilik yapamayan firmaların ürünleri ise piyasadan çekilmek zorunda kalmışlardır.

Ürün aynı ürün olmakla birlikte aynı ürünün geliştirilmesi ve sunumuyla ilgili farklı fonksiyonlar kazanması ürün gelişimi açısından önemlidir. Aynı zamanda ürünün ekonomik kullanım süresini de artırmaktadır. Girişimci açısından mevcut bir ürünü farklı özellikler kazandırarak piyasaya sunması avantajlı hale getirerek, yeni fonksiyonlarla rekabet üstünlüğü elde etmektedir.

İç girişimcilik açısından verilebilecek örneklerden birisi yazılım sektörüdür. İşletmelerde kullanılan yazılımlar üretim, pazarlama, reklam, muhasebe, işletme, sağlık, eğitim, ulaştırma vb. çeşitli üretim ve hizmet süreçlerini hızlandırmaktadır. Yazılım sektörünün gelişmesi özellikle hizmet sektöründe verimliliği ve zaman tasarrufunu yükseltmiştir. Son yıllarda yazılım sektörü küresel ölçekte yaygın talep gören çok önemli bir faaliyet haline gelmiştir. Yazılımların sürekli güncellenmesi ise sistem içerisinde iç girişimcilik için örnek olarak gösterilebilir. Güncellenen yazılımlar sistemin daha hızlı ve güvenli işlemesine yardımcı olmaktadır.

Örneğin herhangi bir hastanede görüntü ve kan örneği alınan bir hastanın tüm verileri laboratuvar ve görüntü işleme merkezlerinden geçtikten sonra doğrudan doktorun kullandığı bilgisayar ekranında görülebilmektedir. Bu hastanın daha önceki sağlık verileri de yine aynı ekrandan ulaşılabilmektedir. Böylece hastalar ve doktorlar veriye hızlı ve etkin bir şekilde ulaşarak hastanın ihtiyacına cevap verilmiş olmaktadır. Girişimciliğin yeni bir kolu olarak ortaya çıkan yazılımlar sadece bilgi ve emeğe dayalı bir ürün olarak çeşitli süreçlerin organizasyonu ve çözümünde işletme içi verimliliği artıran bir girişimcilik olarak ortaya çıkmıştır.

3. İÇ GİRİŞİMCİLİK ORTAMI VE İŞLETME KÜLTÜRÜ

Türkiye'de bulunan KOBİ işletmelerinin önemli bir bölümü aile işletmelerine aittir. Bu işletmelerde yönetici ve çalışan arasındaki ilişkiler aile bağları üzerinden yürütülmektedir. Bu işletmelerde organizasyonel kültür yerine ailenin gelmiş olduğu kültürün etkisinde olduğundan bu işletmeler aile kültürü ile yönetilen işletmeler olarak ifade edilebilir.

Aile işletmelerin teknolojik fırsatları zamanında fark edebilmesi, değişime istek duymaları yönetime katılan yeni nesillerin değişen koşulları daha iyi analiz edebilmeleri işletmenin kurum içi girişimciliğe olan yatkınlığını artıracaktır. Araştırmadan elde edilen sonuçlarda da teknolojik fırsatları algılama ve değişime duyulan isteğin kurum için girişimciliği desteklediği görülmektedir (Yaşlıoğlu ve Aydınlık, 2013) .

KOBİ'lerde iç girişimcilik düzeylerinin oldukça yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca tekstil ve otomotiv sektörü çalışanlarının diğer sektörlere göre daha çok iç girişimcilik ruhuna sahip oldukları tespit edilmiştir (İçerli ve ark, 2011).

Dünyada ve Türkiye'de özel kesimde faaliyet gösteren işletmelerin büyük bir kısmının aile işletmesi niteliğinde olduğu bilinmektedir. Bunların önemli bir kısmı KOBİ olmakla beraber, aralarında, bulundukları ülke ve dünya ekonomisine yön veren büyük işletmelerin sayısı da oldukça fazladır. Genel olarak bakıldığında, KOBİ'lerin toplam işletmelere oranı, ABD'de % 97,1, Almanya'da % 99,8, Japonya'da % 99,4, Türkiye'de % 98,8'dir. Diğer taraftan ABD'de kayıtlı şirketlerin % 90'ı, İspanya'da % 80'i, İtalya'da % 95'i, İsviçre'de % 85'i ve Türkiye'de % 95'i aile şirketidir (Peşkircioğlu, 2014).

Aile işletmelerinin iç girişimcilik açısından avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. Bu işletmelerde yakın akrabalık bağları bulunan personel çalıştığı için işletme yöneticisinin geldiği aile yapısında katı bir hiyerarşik yapı veya kast sistemi bulunuyorsa işletme içindeki öneriler ve tespitlerin üst yönetime aktarılmasında sorunlar yaşanabilir. Bu yapılarda yönetici olan kişilerin her şeyi bildiği varsayımı daha ön plandadır. İşletme yöneticisi işletmenin tek hakimi olduğu için tüm kararlar kendisi tarafından verilmekte ve yetkisini kesinlikle paylaşmamaktadır. Ancak B planı olmadığı için herhangi bir sağlık sorunu veya vefat durumunda işletme için ciddi sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle genelde işletmenin ömrü ile yöneticinin sağlığı arasında bir bağ bulunmaktadır. Bu nedenle Türkiye'de işletmelerde kurumsal yapı yeterince oluşmadığı için işletmelerin ömrü daha kısa olmaktadır.

Aile işletmelerinde nesiller arası geçişlerin yaşanması kaçınılmaz olup, eğitimli ve işletmeyi tanıyan yeni nesil yöneticilerin bulunduğu aile işletmeleri teknolojik yenilikler konusunda daha duyarlıdır. Bu nedenle kast sisteminin zayıf olduğu aile işletmelerinde çalışanlar arasında daha esnek bir yaklaşım bulunduğu için iç girişimcilik daha başarılı olacaktır. İç girişimciliğin başarısı işletmenin rekabetçiliğini artıracaktır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

İç girişimcilik uygulamaları sektörlerin kendilerini yenilemelerine ve üretim süreçleri ve ürünlerin fonksiyonlarının artırılmasına yardımcı olmaktadır. Bu nedenle iç girişimcilik ortamının geliştirilmesi işletmenin verimliliğini karlılığını artıracaktır. Bu durumda işletmenin rekabet üstünlüğü sağlamasına yardımcı olacaktır. İşletmede yapılacak iç girişimcilik çalışmaları için işletme içi iletişiminin güçlendirilmesi gerekmektedir. Bunun sağlanabilmesi için personelin ve yöneticilerin iletişim ve teknik konularda eğitim verilmesi önemlidir.

İşletmeler; özellikle üretim veya organizasyon süreçlerinde karşılaştıkları çeşitli sorunları çalışanların önerisiyle kendi kendilerine tespit ettikleri ve geliştirdikleri yöntemle çözerek işletme maliyetlerini azaltarak verimliliği artırabilirler. İç girişimcilik olarak ifade edilen bu yöntem işletmelerin dinamizmini artırarak yenilenmesine ve güçlenmesine katkı sağlamaktadır.

Yeni ürün geliştirme veya yurtdışında bulunan bir ürünün yurtiçinde üretimi için çeşitli kuruluşlar AR-Ge ve inovasyon çalışmalarını desteklemektedir. Bu destekler yeni üretim bandı kuran işletmelerin rekabetçiliğini artırmaktadır. Bu nedenle iç girişimcilik konusunda yapılacak destekler işletmelerin verimliliğini, karlılığını ve fonksiyornu geliştirilmiş ürünlerle tüketici ihtiyaçlarının daha iyi karşılanacağını ortaya koymaktadır.

KAYNAKLAR

İçerli, L.,Yıldırım,M.H., Demirel,Y., "Kobilerde İç Girişimciliğin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma: Aksaray Örneği" Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi Cilt 3, Sayı 2, 2011 ISSN: 1309 -8039 (Online), S.185

Kubaş, A., Girişimcilik, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, İİBF İşletme Bölümü, Basılmamış Ders Notu, 2018

Peşkircioğlu, N., "Aile İşletmeleri ve Kurumsallaşma" Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Sayı:312, Aralık, 2014

Şahin, M., Bölgesel Girişimcilik Ekosistemi, Namık Kemal Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, S.12, 2016

Yaşlıoğlu, M. Aydınlık. A.Ü., "Kıdemli aile işletmelerinde kurum içi girişimciliği etkileyen faktörler üzerine bir araştırma", İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi 42, 2, (2013) S.177-178

Wie bitte? A1.1 Almanca Ders Kitabının İncelenmesi ve Değerlendirilmesi

Doktora Öğrencisi Tuğba Çarıkçı Kula [1] **Prof. Dr. Sevinç Sakarya Maden [2]**

[1] Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ortak Alman Dili ve Edebiyatı (Doktora), tugbacrk@hotmail.com

[2] Trakya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Yabancı Diller Eğitimi Bölümü, sevincmaden@trakya.edu.tr

Özet: Ders kitapları eğitim-öğretimde kullanılan vazgeçilmez materyallerdendir. Daha kaliteli ve amacına uygun eğitim-öğretimi gerçekleştirebilmek amacıyla, tüm alanlarda olduğu gibi yabancı dil öğretiminde de sürekli yeni çalışmalar yapılmakta ve bu çalışmalar doğrultusunda yeni ders materyalleri üretilmektedir. Bu çalışmada; Milli Eğitim Bakanlığınca hazırlanmış ve basılmış, günümüzde devlet okullarında kullanılan Wie bitte? A1.1 Almanca ders kitabının Bernstein ve Guadalupe García Llampallas'ın (2015) geliştirmiş oldukları ölçütler ile incelenmesi ve değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu araştırmada, Bernstein ve Guadalupe García Llampallas'ın (2015) geliştirmiş oldukları kriterlerin seçilme nedeni güncel olmaları ve geleneksel ders kitabı inceleme kriterlerinin yanı sıra ayrıca beceriler, ülke bilgisi, kültürlerarasılık gibi ders kitaplarında son zamanlarda ön plana çıkan kavramlara ilişkin de inceleme ve değerlendirme yapma imkanı sağlamalarıdır. Bilindiği gibi günümüz yabancı dil derslerinde kullanılan ders kitaplarında; sadece dil bilgisi değil aynı zamanda farklı kültürlerin aktarılması da hedeflenmektedir. Günümüz kitaplarında yabancı olanı anlama ve empati yapabilme gibi yeterliklerin de kazandırılması beklenmektedir. Bilgi birikiminin farklı kültürlerdeki farklılıkların ele alınması suretiyle zenginleşeceği düşüncesinden hareket edilmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada Wie bitte? A1.1 Almanca ders kitabı Bernstein ve Guadalupe García Llampallas'ın (2015) geliştirmiş oldukları kriterler doğrultusunda incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Bu araştırma neticesinde: Wie bitte? A1.1 Almanca ders kitabının genel olarak albenisi olan, konu ve içerikler yönünden düzenli, Almancayı yeni öğrenmeye başlayan öğrencilere yönelik hazırlanan basit cümle kalıplarının öğretilmesi hedeflenen, dört temel beceriyi geliştirmeye yönelik ayrı bölüm ve alıştırma türlerinin bulunduğu bir kitap olduğu ve kültürlerarasılık ve yabancı olanı anlama kavramlarına uygun düzenlemelere pek yer vermeyen daha çok temel düzeyde ülke bilgisi aktarılan bir kaynak olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yabancı Dil, Almanca, Wie bitte? A1. 1 Almanca Ders Kitabı, Ülkebilgisi, İnceleme, Değerlendirme,

1.GİRİŞ

Ders kitapları eğitim-öğretimde kullanılan vazgeçilmez materyallerdendir. Daha kaliteli ve amacına uygun eğitim- öğretimi gerçekleştirebilmek amacıyla, tüm alanlarda olduğu gibi yabancı dil öğretiminde de sürekli yeni çalışmalar yapılmakta ve bu çalışmalar doğrultusunda yeni ders materyalleri üretilmektedir. Geçmişten günümüze Türkiye'de yabancı dil olarak Almanca öğretiminde kullanılan ders kitaplarına bakıldığında; Milli Eğitim Bakanlığının görevlendirdiği bir komisyon tarafından hazırlanan yerel nitelikteki ilk ders kitabı olan "Almanca Ders Kitabı" ile başlayan bu süreç "Wir lernen Deutsch", "Texte und Situationen", "Lern mit uns" gibi birçok kitap örnekleri ile devam etmiştir (Bkz. Genç ve Ünver, 2012). Günümüzde aktif olarak kullanılan yerel Almanca kitapları olarak ise karşımıza "Schritt für Schritt Deutsch", "Kugel", "Wie bitte?" gibi kitap örnekleri çıkmaktadır. Bu kitaplar ile ilgili birçok bilim insanı birçok değerli çalışma yapmıştır. Örneğin Genç (2002), yabancı dil ders kitabı seçimi hakkında kapsamlı bir çalışma yaparken Başaran (2002) yüksek lisans tezini "Hallo Freunde!" kitabı üzerine yapmıştır. Başaran (2002), "Hallo Freunde!" ders kitabının ikinci yabancı dil olarak hedeflerine ulaşılabilirliğini ve Nürnberg Kriterleri'nin ne derece gerçekleştirilebildiğini saptamaya çalışmıştır. Erişkon 1996 yılında bitirmiş olduğu doktora tez çalışmasında yabancı dil olarak Almanca ders kitaplarında ülke bilgisi ve kültür aktarımı konusunu araştırmıştır. Yakın geçmişe gelindiğinde ise; Çarıkçı (2015) yüksek lisans tezinde "Deutsch ist Spitze!" ders kitabı üzerinde kitap incelemesi bağlamında inceleme ve değerlendirmelerde bulunmuştur. Kültür bağlamında yapılmış bir başka çalışma ise Maden, Kula ve Çalışkan'ın (2017) "Schritt für Schritt Deutsch" ortaöğretim Almanca ders kitabında kültürlerarasılık ve kültür bilgisi konusunu irdeleyip inceledikleri çalışmalardır. Bu ve bunun gibi çok sayıda örnek çalışma vardır (Bkz. Erim ve Aydemir, 2018). Telemeci, 2017; Yayla, 2018).

Bu çalışma ile ise günümüzde Milli Eğitim Bakanlığına bağlı devlet okullarında kullanılan yerli basım yabancı dil olarak Almanca ders kitabı *Wie bitte? A1.1* Bernstein ve Guadalupe García Llampallas'ın (2015) geliştirmiş oldukları ölçütler çerçevesinde irdelenmiş ve değerlendirilmiştir. Yapılan kaynak taramasında şimdiye kadar bu ders kitabı üzerinde yapılmış bir çalışmanın olmadığı görülmüştür. Bu araştırma bu yönüyle bundan sonra hem kitabı kullanacak öğretmenlere, hem de kitap üzerinde farklı çalışmalar gerçekleştirecek akademisyenlere ışık tutacaktır. Bu çalışma ile ayrıca bu ders kitabı ile Almanca öğretilmeye çalışılırken kitabın kültür aktarmada yeterli olup olmadığı ortaya konulmaya çalışılmış ve eksiklikler var ise bunların tespit edilerek bu kitap ile

çalışacak olan öğretmenlere nerelerde ek materyaller ile çalışmak gerektiği konusunda yol gösterilmesi amaçlanmıştır.

2. YÖNTEM

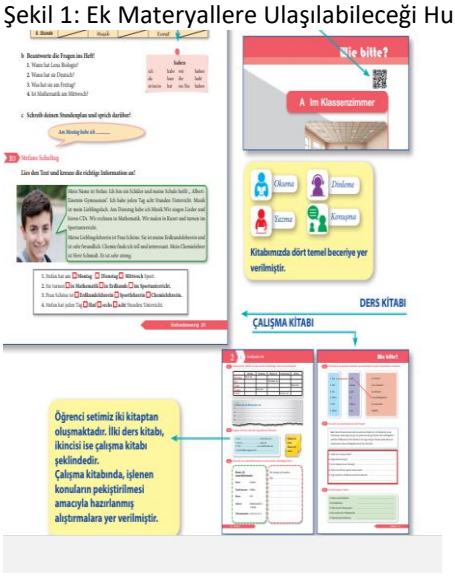
Bu çalışmanın araştırma modeli nitel araştırma yöntemidir. Konu bağlamında seçilen ders kitabı, çalışma bağlamında seçilen inceleme kriterlerince niçin, nasıl ve ne şekilde gibi nitel araştırma yöntemlerinin konusu olan sorular doğrultusunda değerlendirilmiştir. *Wie bitte? A1.1* ortaöğretim Almanca ders kitabı Bernstein ve Guadalupe García Llampallas (2015)'ın geliştirmiş olduğu kriterler doğrultusunda incelenmiştir. Kriterlerin seçilme nedenleri bir taraftan eskiden beri kullanılagelen ders kitabı inceleme ve değerlendirme kriterlerini içermesi ancak öte yandan bilim insanlarının günümüzde yabancı dil öğretimi ve öğrenimine ilişkin geliştirmiş oldukları yeni kavramlar üzerinde de durması ve daha önce İspanya'da öğrencilere anket şeklinde uygulanmış olmasıdır. Kriterlerin yabancı dil ders kitapları inceleme kriterlerinin toplamı niteliğinde olduğu düşünülmektedir. Bernstein ve Guadalupe García Llampallas (2015)'ın geliştirmiş olduğu kriterler 13 başlıkta toplanmıştır. Bunlar şu şekildedir: Genel Bakış, Metin, Dil, Konu ve İçerikler, Beceriler, Alıştırmalar, Dil Bilgisi, Kelime Hazinesi, Ses Bilgisi, Ülke Bilgisi, Öğrenme Stratejileri, Kendi Kendine Öğrenme ve Kendini Değerlendirme, Kültürlerarasılık. Kriterler bu başlıklar altında paragraflar yoluyla aktarılmıştır. Elde edilen sonuçlar kriterlerin orijinalinde olduğu gibi madde madde değil maddelerin paragraflarla aktarılması şeklinde sunulmuştur.

3. BULGULAR

3.1. *Wie bitte? A 1.1* Almanca Ders Kitabına Genel Bakış

Wie bitte? A1.1 Almanca ders kitabına bakıldığında, kitabın ön kapağında bulunan amblem nedeniyle Avrupa Ortak Dil Kriterlerine uygun olarak hazırlandığı anlaşılmaktadır. Ünite içlerinde dört farklı yetinin geliştirilmesini amaçlayan alıştırma önerilerinin bulunması kitabın *Diller için Avrupa Ortak Öneriler Çerçevesine (AOÖÇ/CEFR)* (Council of Europe, 2001) uygun ölçütlerde hazırlanmış olan bir kaynak olduğunu göstermektedir. Ders kitabı Millî Eğitim Bakanlığı, Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığının 03.07.2017 gün ve 9872325 sayılı yazısı ile eğitim aracı olarak kabul edilmiş, Destek Hizmetleri Genel Müdürlüğünün 26. 05. 2017 gün ve 7680046 sayılı yazısı ile birinci defa 764.888 adet basılmıştır. *Wie bitte? A1.1* ders kitabı tek ciltten oluşmamaktadır. Almancada "Lehrbuch" kavramı ile karşılık bulan öğrenci kitabının (a) yanında Almancada "Lehrerhandbuch" kavramı ile karşılık bulan öğretmen el kitabı (b) ve ayrı olarak düzenlenmiş "Wie bitte? Arbeitsbuch" kavramı ile karşılık bulan alıştırma kitabı (c) da bulunmaktadır. Ayrıca kitabın tanıtım sayfasında ünitelerin ilk sayfalarında sağ üst köşede bulunan kare kodların okuyucu tarafından taratılarak ek materyallere (resim, video, animasyon, sorular ve çözümler) ulaşılabileceği belirtilmiştir (Bkz. Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, S.7).

Şekil 1: Ek Materyallere Ulaşılabileceği Hususunda Bilgilere Yer Verilen Tanıtım Sayfası



Kaynak: Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, s. 7.

İlk izlenim olarak ders kitabının hedef guruba uygun olarak hazırlandığı düşünülmektedir. Gerek ders kitabının albenisi, gerekse kitapta bulunan alıştırma türleri öğrencilerin seviyelerine uygundur. Ders kitabının 6. ve 7. sayfalarında kitabın ünite yapıları öğrencilerin daha kolay anlayabilmeleri için tanıtılmıştır. Hangi işaret, yönerge ya da ikonların ne anlama geldiği bu sayfalarda görsellerle birlikte anlatılmaktadır. Her ünite farklı renklerle hazırlanmıştır. Bu da görsel açıdan kolay ayırt edilebilirliği sağlamaktadır (Bkz. Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, S. 6,7).

Ders kitabında toplamda sekiz ünite bulunmaktadır. Her ünite kendi içerisinde üç alt başlığa ayrılmaktadır. Bu alt başlıklar A, B, C olarak ifade edilmektedir. Ayrıca her ünitenin son iki sayfası Almancada "Fertigkeitstraining" kavramı ile karşılık bulan çeşitli becerilerin geliştirilmeye çalışıldığı etkinliklere yer verilen bölümlere ayrılmıştır. Bu bölümler "Hören", "Sprechen", "Lesen" ve "Schreiben" başlıklarla dinleme, konuşma, okuma ve yazma olmak üzere dört temel beceriyi geliştirmeyi hedefleyen alıştırma türlerini kapsamaktadır (Bkz. Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, S.3).

Şekil 2: *Wie bitte? A 1.1* Ders Kitabındaki Toplam Ünite Sayısı


Modul 6
Besondere Tage 60
A Der Kalender 62
B Die Überraschung 64
C Tage zum Feiern 66
Fertigkeitstraining 68
Modul 7
Freizeitaktivitäten 70
A Tipps für die Freizeit 72
B Die Jugendlichen und ihre Hobbys 74
C Die Sportarten 76
Fertigkeitstraining 78
Modul 8
Einkaufen 80
A Meine Stadt 82
B Meine Klamotten 84
C Super! Wieder Ferien 86
Fertigkeitstraining 88
Mustafa Kemal Atatürk 90
Grammatikübersicht 92
Vokabeln 96
Quellenverzeichnis 107
drei 3

Kaynak: Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, s. 3.

Ders kitabı dil öğrenenleri dil öğrenmeye motive edici bir düzene sahiptir. Bu kitap renklidir, açık ve kolay anlaşılır şemalar içermektedir. Dizilim düzenli ve anlaşılırdır.

Kitabın sonunda Almancada "Grammatikübersicht" kavramı ile karşılık bulan ve dil bilgisi konularının gözden geçirilebileceği ayrıca Almancada "Vokabeln" kavramı ile karşılık bulan ve her bir ünitede ilk defa karşılaşılan kelimelerin listesine yer verilmiş olan bölümler bulunmaktadır.

3.2. Metinler

Kitapta farklı metin türlerinden örneklere rastlanmaktadır. Ders kitabında çok sayıda diyalog metinleri, otantik metinler gibi dinleme ve okuma metin örnekleri bulunmaktadır. Örneğin işlenen konunun özelliğine uygun olarak oluşturulmuş diyaloglar; alış veriş yapan bir müşterinin konuşması gibi metin türlerine sıkça rastlanmaktadır (Bkz. Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, S.52, 53, 54, 56).

Şekil 3: Farklı Metin Türleri Örnekleri



5 B Im Supermarkt

B1 Die Einkaufsliste

a Lies den Dialog und ergänze die Einkaufsliste! Spielt den Dialog in der Klasse vor!

Frau Yılmaz : Gehst du bitte einkaufen?
Herr Yılmaz : Was brauchen wir alles?
Frau Yılmaz : Hier ist die Einkaufsliste. Wir brauchen 2 kg Paprika, 1 kg Zitronen.
Herr Yılmaz : Was möchtest du noch?
Frau Yılmaz : Ich möchte noch ein Pfund Birnen, ein Brot und 5 Flaschen Mineralwasser.
Herr Yılmaz : Haben wir Gurken?
Frau Yılmaz : Ach ja, stimmt. Wir brauchen noch ein kg Gurken und 100 g Käse!
Herr Yılmaz : Ist das alles?
Frau Yılmaz : Ja, das ist alles.

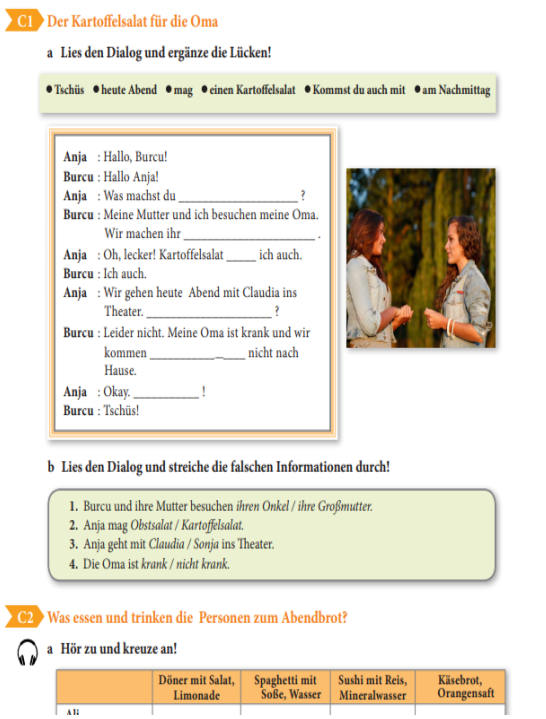
Einkaufsliste
..... Paprika
..... Zitronen
..... Birnen
..... Brot
..... Flaschen Mineralwasser
..... Kilo Gurken
..... Käse

b Schreib richtig / falsch? (R / F)

☐ 1. Frau Yılmaz geht einkaufen. ☐ 4. Die Familie Yılmaz braucht

Kaynak: Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, s. 54.

Şekil 4: Otantik Dinleme Metni



C1 Der Kartoffelsalat für die Oma

a Lies den Dialog und ergänze die Lücken!

● Tschüs ● heute Abend ● mag ● einen Kartoffelsalat ● Kommst du auch mit ● am Nachmittag

Anja : Hallo, Burcu!
Burcu : Hallo Anja!
Anja : Was machst du _____ ?
Burcu : Meine Mutter und ich besuchen meine Oma. Wir machen ihr _____ .
Anja : Oh, lecker! Kartoffelsalat _____ ich auch.
Burcu : Ich auch.
Anja : Wir gehen heute Abend mit Claudia ins Theater. _____ ?
Burcu : Leider nicht. Meine Oma ist krank und wir kommen _____ nicht nach Hause.
Anja : Okay. _____ !
Burcu : Tschüs!

b Lies den Dialog und streiche die falschen Informationen durch!

1. Burcu und ihre Mutter besuchen *ihren Onkel / ihre Großmutter.*
2. Anja mag *Obstsalat / Kartoffelsalat.*
3. Anja geht mit *Claudia / Sonja* ins Theater.
4. Die Oma ist *krank / nicht krank.*

C2 Was essen und trinken die Personen zum Abendbrot?

a Hör zu und kreuze an!

	Döner mit Salat, Limonade	Spaghetti mit Soße, Wasser	Sushi mit Reis, Mineralwasser	Käsebrot, Orangensaft

Kaynak: Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, s. 56.

Kitapta farklı becerileri geliştirmeye yönelik metinler bulunmaktadır. Genel olarak kitaptaki metin türleri ile ilgili şu yargılara varmak mümkündür: çok çeşitli metin türü örnekleri vardır ve metinler öğrencilerin seviyelerine uygundur.

3.3.Dil

Wie bitte? A1.1. ders kitabı dil yönünden gündelik, basit cümlelerin kullanıldığı bir ders kitabıdır. Bunun nedeni ise kitabın Almancayı sıfırdan öğrenecek öğrenci gurupları için hazırlanmış olmasıdır. En düşük seviye olan A1.1.'de akademik dil çeşitliliğinin verilmesi hedeflenmemektedir. Bu seviyedeki kitaplarda amaç yabancı dil öğrenen bir kimsenin *Diller için Avrupa Ortak Öneriler Çerçevesi (AOÖÇ)'nce* belirtilen basit düzeydeki ifadeleri anlayıp, basit cümlelerle kendini ifade edebilmesidir.

3.4.Konu ve İçerikler

Wie bitte? A1.1. Almanca ders kitabının konu ve içeriklerine bakıldığında ilk bakışta konu ve içeriklerin birbirleri ile uygun olduğu görülmektedir. Örneğin birinci ünitenin ana başlığı "Hallo!"'dur. Daha önce de bahsedildiği gibi her ünitede üç adet alt başlık bulunmaktadır. "Hallo!" başlıklı ünitenin alt başlıkları kendisiyle ilintili olarak *A Guten Tag, B Erste Kontakte ve C Länder und Sprachen* şeklinde sıralanmıştır (Bkz. Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, S.2).

Şekil 5: Birbiri ile Bağlantılı Konu ve İçerikler



Kaynak: Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, s. 2.

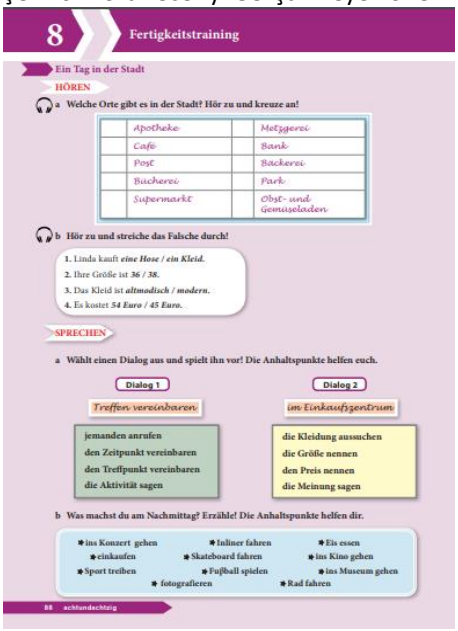
Ders kitabının dili hedef guruba uygun olarak hazırlanmıştır. Ünite ve ünitelerde işlenen konular arasında bütünlük bulunmaktadır. Kitapta günlük durumlar ele alınmıştır. Özgün metin[1] örnekleri ile metin örnekleri çeşitlendirilmiştir.

3.5. Beceriler

Ders kitabında becerilerin geliştirilmesine yönelik dikkat çeken en önemli özellik her ünitede dört beceriyi de geliştirmeyi amaçlayan alıştırma türlerinin olmasıdır (Bkz. Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, S.88 ve 89). Bu, öğrenilmesi hedeflenen yabancı dildeki tüm becerilerin aynı seviyede geliştirilmesi açısından oldukça olumlu bir özelliktir.

[1] Tapan'a (1990: 57) göre özgün metinler, kullanmalık ve yazınsal metin olmak üzere iki grupta değerlendirilebilir. Kullanmalık metinler, belirli bir konuda bilgi verme amacı güden ve günlük yaşam durumlarını içeren metinlerdir. Gazete haberleri, çeşitli etkinlik biletleri, ilanlar, restoran menüleri, anonslar kullanmalık metinlere örnek olarak verilebilir. Kullanmalık metinler yabancı dil öğretiminde son derece önemlidir çünkü bu metinler "öğrencinin karşılaşabileceği gündelik durumlarda ortaya çıkabilecek bildirişim yönelimlerini dilsel ve toplumsal yönden doğru bir biçimde söze dökebilmesine, böylece de bu durumlarla karşılaştığında dil aracılığıyla yabancı bir dünyada eyleme geçebilmesine olanak sağlamaktadır" (Akt. Bölükbaş, 2015).

Şekil 6: Dört Beceriyi Geliştirmeye Yönelik Alıştırma/Etkinlik Örnekleri


8 Fertigkeitstraining

Ein Tag in der Stadt

HÖREN

a Welche Orte gibt es in der Stadt? Hör zu und kreuze an!

	Apotheke		Metzgerei
	Café		Bank
	Post		Bäckerei
	Bücherei		Park
	Supermarkt		Obst- und Gemüseladen

b Hör zu und streiche das Falsche durch!

1. Linda kauft *eine Hose / ein Kleid.*
2. Ihre Größe ist *36 / 38.*
3. Das Kleid ist *altmodisch / modern.*
4. Es kostet *54 Euro / 45 Euro.*

SPRECHEN

a Wählt einen Dialog aus und spielt ihn vor! Die Anhaltspunkte helfen euch.

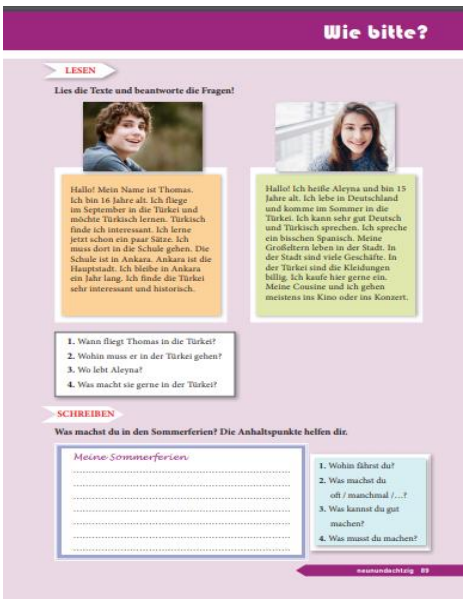
Dialog 1 – Treffen vereinbaren
- jemanden anrufen
- den Zeitpunkt vereinbaren
- den Treffpunkt vereinbaren
- die Aktivität sagen

Dialog 2 – im Einkaufszentrum
- die Kleidung aussuchen
- die Größe nennen
- den Preis nennen
- die Meinung sagen

b Was machst du am Nachmittag? Erzähle! Die Anhaltspunkte helfen dir.

- ins Konzert gehen
- einkaufen
- Sport treiben
- Inliner fahren
- Skateboard fahren
- Fußball spielen
- fotografieren
- Eis essen
- ins Kino gehen
- ins Museum gehen
- Rad fahren

88 achtundachtzig


Wie bitte?

LESEN

Lies die Texte und beantworte die Fragen!

Hallo! Mein Name ist Thomas. Ich bin 16 Jahre alt. Ich fliege im September in die Türkei und möchte Türkisch lernen. Türkisch finde ich interessant. Ich lerne jetzt schon ein paar Sätze. Ich muss dort in die Schule gehen. Die Schule ist in Ankara. Ankara ist die Hauptstadt. Ich bleibe in Ankara ein Jahr lang. Ich finde die Türkei sehr interessant und historisch.

Hallo! Ich heiße Aleyna und bin 15 Jahre alt. Ich lebe in Deutschland und komme im Sommer in die Türkei. Ich kann sehr gut Deutsch und Türkisch sprechen. Ich spreche ein bisschen Spanisch. Meine Großeltern leben in der Stadt. In der Stadt sind viele Geschäfte. In der Türkei sind die Kleidungen billig. Ich kaufe hier gerne ein. Meine Cousine und ich gehen meistens ins Kino oder ins Konzert.

1. Wann fliegt Thomas in die Türkei?
2. Wohin muss er in der Türkei gehen?
3. Wo lebt Aleyna?
4. Was macht sie gerne in der Türkei?

SCHREIBEN

Was machst du in den Sommerferien? Die Anhaltspunkte helfen dir.

Meine Sommerferien

1. Wohin fährst du?
2. Was machst du oft / manchmal /…?
3. Was kannst du gut machen?
4. Was musst du machen?

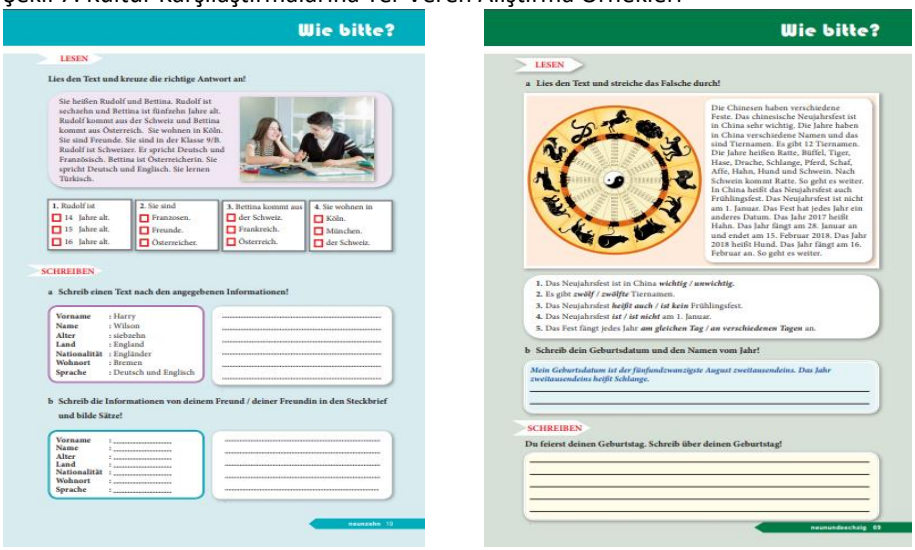
neunundachtzig 89

Kaynak: Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, s. 88,89.

3.6. Alıştırmalar

Wie bitte? A 1. 1. Almanca ders kitabındaki alıştırmalar gerçeğe yakın şekilde oluşturulmuştur. Görsellerin sık kullanıldığı, diyalog, tablo tamamlama, boşluk doldurma, eşleştirme, metin oluşturma, dinleme, okuma, konuşma ve yazma becerilerine yönelik, güncel alıştırma türlerine ders kitabında sıklıkla rastlanılmaktadır. Dört beceriyi geliştirmeye yönelik alıştırma türlerinin bulunmasının yanı sıra dikkati çeken bir husus alıştırmaların belirli bir sarmal doğrultusunda verilmiş olmasıdır. Örneğin, alıştırmalar basitten zora doğru gelişen bir sarmal doğrultusunda geliştirilmiştir. Birinci ünitenin yazma becerileri kısmında bulunan alıştırmada öğrencilere bir örnek doğrultusunda kendileri hakkında bilgilerin olduğu cümleler yazmaları istenirken; altıncı ünitenin yazma becerileri kısmındaki alıştırmada verilen bir duruma göre yönlendirilmeden kendi kendilerine bir metin oluşturmaları istenmektedir (Bkz. Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, S.19 ve 69).

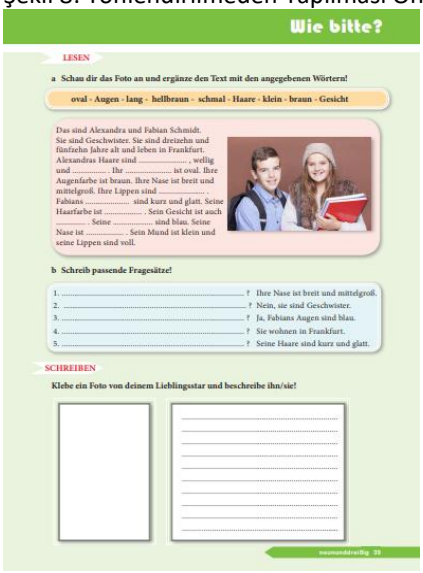
Şekil 7: Kültür Karşılaştırmalarına Yer Veren Alıştırma Örnekleri



Kaynak: Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, s. 19,69.

Bir konuda farklı alıştırma türlerine yer verildiği görülmektedir. Kitabın tanıtım sayfasında internet kaynaklı vs. ek alıştırma türlerine ulaşılabileceğine yönelik bilgi verilmiştir. Açık uçlu, kalıplara bağlı kalmadan düşünmeyi gerektiren kelime ve yazma alıştırma örneklerine sıklıkla rastlanmaktadır (Bkz. Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, S. 39).

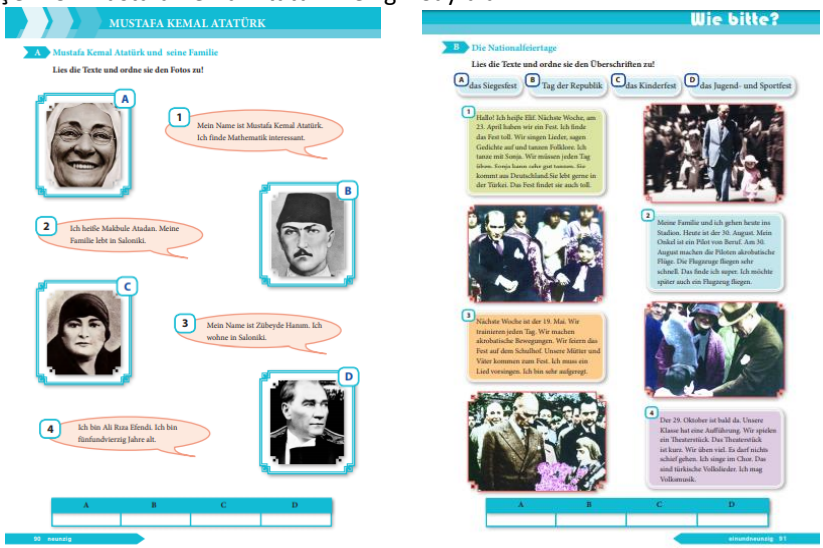
Şekil 8: Yönlendirilmeden Yapılması Öngörülen Yazma Etkinlikleri



Kaynak: Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, s. 39.

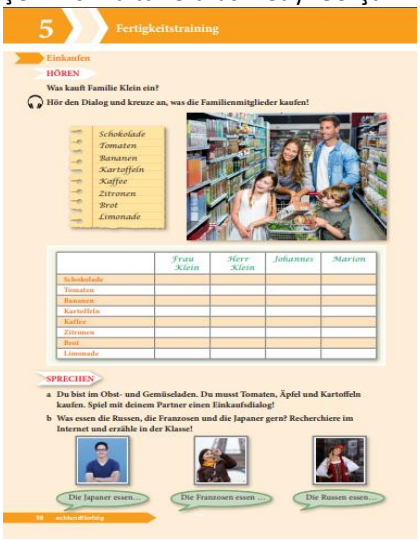
Bu kitapta fotoğraflar yardımı ile dil öğrenenlere kendini sözlü olarak ifade etme fırsat tanıyan alıştırma örneklerine rastlanmaktadır (Bkz. Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, S.58). Bir ünitedeki etkinlikler daha sonraki ünitelerde düzenli olarak tekrar edilmektedir. Kitap bu özelliği ile daha anlaşılır ve açıktır. Kelime hazinesini geliştirmeye yarayan alıştırma türleri bulunmaktadır (Bkz. Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, S. 57). Kültürlerarası yetiyi geliştirmeye yönelik alıştırma türlerine rastlanmaktadır. Örneğin; Almancası "Essen und Trinken" şeklinde ifade edilmiş olan yeme ve içme başlıklı beşinci ünitenin konuşma becerisini geliştirmeye yönelik bölümde "Ruslar, Fransızlar ve Japonlar neyi severek yerler?" şeklinde bir soru sorulmuş ve internetten araştırılıp sonuçların sınıf içerisinde anlatılması hedeflenen bir alıştırmaya yer verilmiştir. Bu alıştırma kitapta farklı kültürlerle ilişin bilgi edinmeye yönelik alıştırma türlerinin bulunduğuna örnek olarak gösterilebilir (Bkz. Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, S. 58). Kitabın en sonunda tüm ünitelerden sonra "Mustafa Kemal Atatürk" başlıklı Mustafa Kemal Atatürk'ü, ailesini ve Ulusal Bayramları anlatan iki sayfalık bir bölüme yer verilmiştir. (Bkz. Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, S. 90, 91).

Şekil 9: Mustafa Kemal Atatürk İle İlgili Sayfalar



Kaynak: Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, s. 90,91.

Şekil 10: Kültürlerarası Yetiyi Geliştirmeye Yönelik Alıştırma Örnekleri



Kaynak: Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, s. 58.

Bu kitapta ayrıca internetten araştırma yapıp ön hazırlık yapmayı gerektiren ve metinden anlayıp çıkarım yapabilmeye olanak sunan alıştırma türleri de bulunmaktadır. İçerikle bağlantılı ses bilgisini geliştirmeyi amaçlayan alıştırma türlerine pek rastlanmamıştır. Ses bilgisi ile ilgili sadece birinci ünitede alfabenin dinlenerek tekrar edildiği bir alıştırma mevcuttur (Bkz. Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, S.17, Alıştırma C3).

3.7.Dilbilgisi

Wie bitte? A1. 1 Almanca ders kitabındaki dil bilgisi konuları hedef guruba ve Diller için Avrupa Ortak Öneriler Çerçevesine (AOÖÇ) uygun olarak oluşturulmuştur. Kitapta dil bilgisi konuları her ünite başlangıcında başlıklarla ifade edilerek öğrencilerin öğrenilecek dil bilgisi konularından haberdar olmaları sağlanmıştır (Bkz. Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, S.21).

Şekil 11: Dilbilgisi Konularının Ders Kitabında Veriliş Biçimine İlişkin Örnekler



Kaynak: Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, s. 61.

Kitap dilbilgisel açıdan incelendiğinde genellikle otonom öğrenmeye odaklı değil aksine; eğiticinin hedef konuyu sunmasından sonra yapılabilecek alıştırma türlerine yer vermektedir. Dilbilgisi konuları kitabın içerisinde küçük kutucuklar içerisinde ve ünite aralarında bulunmaktadır. Dil bilgisi konularının hangi yönteme göre sunulduğuna dair Almancada "Lehrerhandbuch" kavramı ile karşılık bulan öğretmen el kitabında açıkça bir bilgiye rastlanmamıştır. Konuların veriliş sırasına bakıldığında dil bilgisi konularının tümevarım yöntemi ile verildiği söylenebilir. Kitabın en sonunda Almancada "Grammatikübersicht" kavramı ile karşılık bulan ve dilbilgisi konularına genel bir bakış anlamına gelen bir başlık taşıyan bölümde dil bilgisi konuları bu bölümde tablolar yoluyla bir bütün halde yeniden tekrar edilmiştir.

3.8.Kelime Hazinesi

Ders kitabında sözel ve yazılı kelime hazinesi şeklinde bir ayırım yapılmıştır. Sıklıkla doğru kelimeyi gereken yerlere yazmak ile ilgili alıştırma örneklerine rastlanmaktadır.

Kelimelerin tekrar edilmesi ve yeni öğrenilen kelimeler için dikkat çekici görsellerin bulunduğu kısımlar bulunmaktadır (Bkz. Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, S.75).

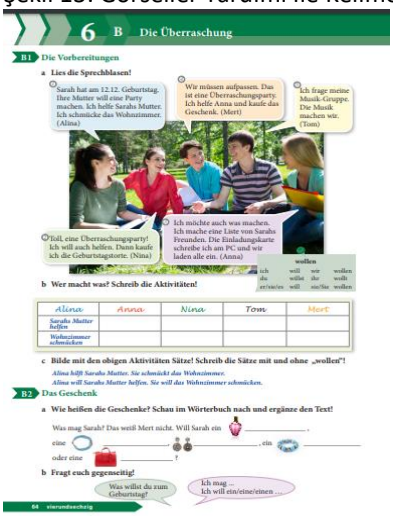
Şekil 12: Kelime Öğretimine İlişkin Örnekler



Kaynak: Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, s. 75.

Her ünitede, ele alınan konulara ilişkin yeni kelimelere yer verilmiştir. Kitabın sonunda kelime listesi bulunmaktadır. *Wie bitte? A 1. 1* ders kitabının son sayfalarında ünite ünite ele alınan kelime listesi yer almaktadır. Ders kitabında görsel, duyuşsal gibi birden fazla duyu organlarına hitap eden kelime öğrenme alıştırmalarına yer yer rastlanılmaktadır (Bkz. S. Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, S. 64).

Şekil 13: Görseller Yardımı İle Kelime Öğretimine İlişkin Alıştırma Örnekleri



Kaynak: Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, s. 64.

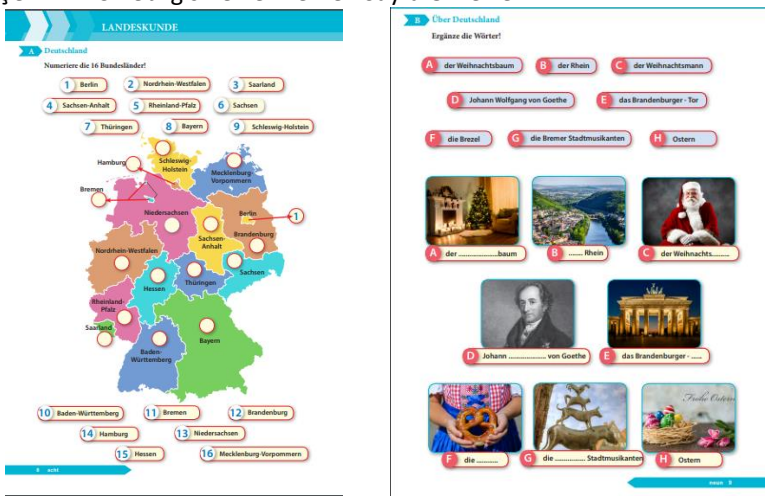
3.9.Ses Bilgisi

Wie bitte? A 1.1 ders kitabında ses bilgisi ile ilgili kural ya da ifadelere rastlanmamaktadır. Açıkça belirtilmiş ses bilgisi alıştırması bulunmamaktadır.

3.10.Ülkebilgisi

Wie bitte? A1.1 Almanca ders kitabında, Almancada "Landeskunde" kavramı ile karşılık bulan "ülkebilgisi" başlıklı sadece 1 bölüm bulunmaktadır. Kitabın tanıtım sayfalarından sonraki ilk iki sayfada ülke bilgisel bağlamda; Almanya'daki eyaletler, Almanya'nın önemli düşünürleri, sembolleri, ülkedeki önemli gezilecek görülecek yerler, yemekleri gibi konularla ilgili alıştırma örneklerine rastlanmaktadır (Bkz. Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, S. 8,9).

Şekil 14: Ülkebilgisine Yer Verilen Sayfa Örnekleri



Kaynak: Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, s. 8, 9.

Kitapta ülkebilgisi içeren sayfalar sınırlıdır. Örneğin, Türkiye ve Almanya'da kutlanan bazı bayram, festival gibi etkinliklerle ilgili bilgiler bulunmasına rağmen edebiyat, film, tiyatro, müzik ya da sanat gibi alanlar ile ilgili kültürel bilgilere yer verilmemiştir. Bunun nedenleri arasında kitabın hedef gurubu özellikleri gösterilebilir. Almanca öğrenmeye yeni başlayan bir öğrenen için bu konulara daha sonra değinilmesi gerekmektedir.

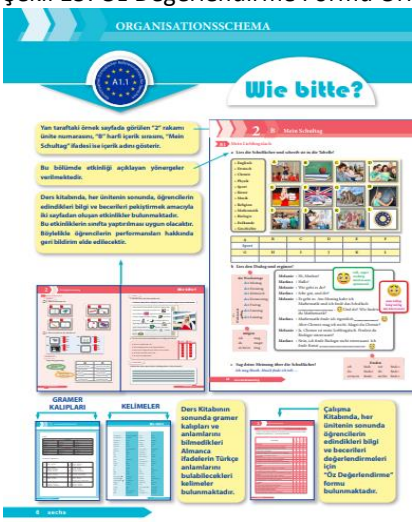
3.11. Öğrenme Stratejileri

Kitapta farklı beceriler için farklı öğrenme stratejileri kullanılmıştır. Örneğin yazma becerisini geliştirmek için farklı alıştırma örneklerine; okuma becerisini geliştirmek için farklı alıştırma örneklerine yer verilmiştir. Farklı becerilerin geliştirilmesiyle eş zamanlı olarak kelime hazinesi de geliştirilmektedir.

3.12. Kendi Kendine Öğrenme ve Kendini Değerlendirme

Wie bitte? A 1.1 Almanca ders kitabı, bir öğrencinin bir konuyu kendi kendine öğrenmesi konusunda öğrenenlere, sınırlı düzeyde imkan sağlamaktadır. Öğrencilere bir konuyu kendi kendilerine öğrenebilecekleri veya pekiştirme alıştırmaları yapacakları ek materyalleri bulabilecekleri karekodlar verilmiştir. Bu kitap ile Almanca öğrenenler bu karekodları taramak suretiyle farklı alıştırma türleri, video ve materyallere ulaşabilmektedir. Ayrıca kitabın tanıtım sayfasında öğrencilere edindikleri bilgi ve becerileri kendi kendine değerlendirmeleri için alıştırma kitabında "Öz Değerlendirme" formunun bulunduğu bilgisi verilmiştir (Bkz. Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, S.6). Ancak Almanca kurs kitabında öğrencilerin kendi kendilerine öğrenmelerini ve kendi kendilerini değerlendirmelerini sağlayacak herhangi bir etkinliğe yer verilmemiştir.

Şekil 15: Öz Değerlendirme Formu Örneği



Kaynak: Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, s. 6.

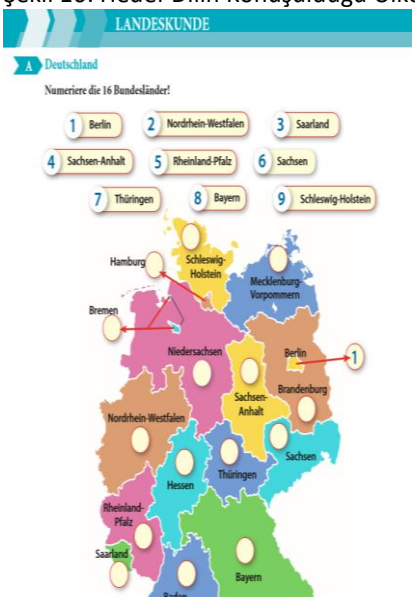
3.14. Kültürlerarasılık

Wie bitte? A1.1 ders kitabında ülkebilgisel konulara değinilmiştir fakat "Interkulturalität" yani "kültürlerarasılık" bağlamında karşılaştırma ya da empati yapılması gerektiren bilgiler bulunmamaktadır. Kitapta sunulan; kendi kültürü ya da yabancı kültür bağlamında veriler ülke bilgisel bilgilerdir (Maden, Kula, Çalışkan, 2017).[2] Ülke bilgisel bağlamda sunulan bilgiler de oldukça sınırlıdır.

Almancada "Landeskunde" kavramı ile karşılık bulan ülkebilgisi başlıklı bir bölüm bulunmasına rağmen; bu bölümde çok az bilgi verilmiştir. Verilen bilgilerin öğrenciler tarafından kavranıp, alıştırmanın yapılabilmesi için ön bilgi gerekmektedir. Fakat kitapta bu türden ön bilgiye rastlanmamaktadır (Bkz. S. 8).

[2] Geleneksel Dilbilgisi-Çeviri Yöntemi ilkelerince hazırlanmış Almanca yabancı dil ders kitaplarında, ünlü yazarların değerli edebi eserlerinin okunmasıyla bir nevi kültür aktarımının yapıldığı düşüncesi nedeni ile "Landeskunde" başlığı altında Türkçede "Ülkebilgisi" olarak tanımlanmış, hedef dilin konuşulduğu ülkenin günlük yaşamına ve kültürüne ilişkin bilgilere ayrıca açık bir biçimde yer verilmemiş, daha sonra Konuşsal-İşitsel ve Görsel-İşitsel Yöntem ilkelerince hazırlanan ders kitaplarında "Landeskunde" başlığı ile her ünitede ayrı bir bölüme yer ayrılmış, 70'li yılların ortalarından sonra yaygın bir biçimde kullanılan Bildirişimsel-İşlevsel Yöntem ilkelerince hazırlanmış olan ilk kuşak Almanca kurs kitaplarında da "Ülkebilgisi"nin diyalog ve kullanmalık ve bilgi iletici metinlerde örtük verilmesi yanı sıra ayrıca "Landeskunde" başlıklı bölümlerde sırf hedef dilin konuşulduğu ülkenin günlük hayatına ilişkin bilgiler içeren özel metinler ile açık bir biçimde verilmeye çalışılmıştır. Günümüzde Türkçede "Ülkebilgisi" olarak karşılık bulan "Landeskunde" yerini Türkçeye "Kültürlerarasılık" olarak çevrilen "Interkulturalität" kavramına bırakmıştır (Bkz. Maden, Kula, Çalışkan, 2017).

Şekil 16: Hedef Dilin Konuşulduğu Ülkeye İlişkin Ülkebilgisi Aktarımı



Kaynak: Balkan, Canoğlu, İncebel, Öztürk, Yıldırım, 2017, s. 8.

4. SONUÇ

Wie bitte? A1.1 yabancı dil olarak Almanca ders kitabının belirlenen kriterlerce incelenmesinden şu sonuçlara varılmıştır:

4.1. Olumlu Yönler

- Ders kitabı görsel olarak albeniye sahiptir.
- Kitabın içeriği oldukça düzenlidir.
- Kitapta dört temel beceriyi geliştirmeye yönelik alıştırma örneklerine sıklıkla rastlanmaktadır. Aynı şekilde her ünite sonunda dört temel beceriyi geliştirmeyi amaçlayan alıştırma örnekleri bulunmaktadır.
- Kitabın en başında kitabın tanıtıldığı tanıtım sayfası bulunmaktadır.
- Kitapta ülke bilgisinin aktarıldığı "Landeskunde" başlıklı bölümde Almanya haritası ve Almanya ile ilgili ülkebilgisel bazı bilgi (eyalet isimlerinin, Almanya'ya has yiyeceklerin isimlerinin, Alman yazarların adlarının, Almanya'daki ünlü yerlerin v.b. öğrenilmesini amaçlayan bilgiler) ve ilgili konularla eşleştirme alıştırma örnekleri bulunmaktadır.
- Kitabın sonunda Atatürk ve Ulusal Bayramlar başlıklı ülkebilgisi konuları ve alıştırmaları sunulmuştur.
- Kitabın sonunda dilbilgisi konuları tablolar yoluyla tekrarlanmıştır.
- Ayrıca kitabın sonunda kelime listesi bulunmaktadır.

4.2. Olumsuz Yönler

- Kitap, kültür öğrenimi, kültür aktarımı gibi konuları aktarıcı nitelikte değildir.
- Ülkebilgisi bağlamda sunulan bilgiler sınırlı ve yetersizdir.
- Kitap kültür, kültür aktarımı, kültürlerarasılık gibi günümüzde önemle üzerinde durulan konular bağlamında oldukça yetersizdir. Kültür bağlamında sadece sınırlı ülkebilgisi sunmaktadır.
- Kitap günümüzde birçok okulda kullanılmasına rağmen, kültürlerarasılık gibi konuların aktarılması bakımından oldukça yetersizdir.

KAYNAKÇA

Balkan, F., Canoğlu, Y., İncebel, F., Öztürk, D. & Yıldırım, T. (2017). 'Wie bitte?' A1. 1 Lehrbuch, Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

Balkan, F., Canoğlu, Y., İncebel, F., Öztürk, D. & Yıldırım, T. (2017). 'Wie bitte?' A1. 1 Arbeitsbuch, Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

Balkan, F., Canoğlu, Y., İncebel, F., Öztürk, D. & Yıldırım, T. (2017). 'Wie bitte?' A1. 1 Lehrerhandbuch, Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

Başaran B. (2002). Lehrbuchanalyse „Hallo Freunde!" Im Bereich Deutsch Als Zweite Sprache An Den Türkischen Primarschulen (Am Beispiel Der Lehrenden Und Des Curriculums). Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir Anadolu Üniversitesi. Eskişehir.

Bernstein, N. & Guadalupe, García, L. (2015). Ein Verfahrenvorschlag zur Lehrwerkanalyse für DaF-Sprachenzentren. Deutsch als Fremdsprache, Zeitschrift zur Theorie und Praxis des Faches Deutsch als Fremdsprache. 52(2), 103-112.

Bölükbaş, F. (2015). Yabancı dil olarak Türkçe Öğretiminde Okuma Metinlerinin Dil Düzeylerine Göre Sadeleştirilmesi. International Journel of Languages' Education and Teaching, 2198-4999.

Council of Europe. (2001). Common European framework of reference for languages: Learning,

teaching, assessment. Cambridge, U.K: Press Syndicate of the University of Cambridge.

Çarıkçı T. (2015). "Deutsch ist Spitze" Almanca Ders Kitabının İncelenmesi ve Dilbilgisi Konularının Türkçe ile Karşılaştırılarak Dijital Ortamda Pekiştirilmesine İlişkin Alıştırma Önerileri. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi. Trakya Üniversitesi. Edirne.

Erim, E & Aydemir Ü. , A . (2018). Die Analyse und Bewertung der Sprachlernspiele in dem Lehrwerk 'MOMENT MAL 1' und 'MOMENT MAL 2'. Diyalog Interkulturelle Zeitschrift Für Germanistik, 6 (1), 114-130. Retrieved from http://dergipark.gov.tr/diyalog/issue/38314/443575

Genç, A. & Ünver, Ş. (2012). Türkiye"de Geçmişten Günümüze Almanca Öğretimi için Yazılan Ders Kitaplarındaki Metinlerin İncelenmesi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim ve Bilim Dergisi. Cilt 37, Sayı: 163.

Genç, A. (2002). Yabancı Dil Ders Kitabı Seçimi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. 22. s.74-81.

Maden, Sakarya, S., Kula, T., & Çalışkan, C . (2017). "Schritt für Schritt Deutsch" Ortaöğretim A1.1 Düzeyi Almanca Ders Kitabı"nın Kültür Bilgisi ve Kültürlerarasılık Bağlamında İncelenmesi ve Değerlendirilmesi. Diyalog Interkulturelle Zeitschrift Für Germanistik, 5 (2), 121-143. Retrieved from http://dergipark.gov.tr/diyalog/issue/34459/379193

Telemeci, B. (2017). A1. 1 Düzeyi "Schritt Deutsch" İsimli Ortaöğretim Almanca Ders Kitabının Dört Dil Becerisi ve İçerik Açısından İncelenmesi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Balıkesir Üniversitesi. Balıkesir.

Yayla, Y . (2018). Türkçenin Yabancı Dil Olarak Öğretilmesinde Kültür Aktarımı Üzerine Öğrenci Görüşü Merkezli Bir İnceleme. Eğitim Ve İnsani Bilimler Dergisi: Teori Ve Uygulama, 9 (17), 1-22. Retrieved from http://dergipark.gov.tr/eibd/issue/38615/447979

Dinsel, Dilsel, Etnik ve Kültürel Çeşitlilik Bayan İşgücü Katılımında Önemli midir?: Gelişmekte Olan Ülkeler Örneği

Dr.Öğr.Üyesi Eda ÖZEN[1] **Prof.Dr.Cüneyt KOYUNCU[2]**

[1]Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi , İİBF, İktisat, eda.ozen@bilecik.edu.tr

[2]Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi , İİBF, İktisat, cuneyt.koyuncu@bilecik.edu.tr

Özet: Ülkeler birbirinden din, dil, etnik ve kültür bağlamında farklılık arz etmektedir. Bu farklılık ülkeler arasında geçerliliğini koruyor iken aynı zamanda bir ülkenin kendi içinde de geçerliliğin sürdürdüğü toplumlar bulunmaktadır. Bir toplumun dinsel, dilsel, etnik ve kültürel mozaiğindeki çeşitlilik doğal olarak o toplumdaki dinler, diller, etnik gruplar ve kültürler arasındaki karşılıklı etkileşimin olmasını sağlar. Bu karşılıklı etkileşimler daha kapalı dinsel/dilsel/etnik/kültürel grupta yer alan bayanların kabuğunu kırıp sosyal, politik ve ekonomik hayatta daha fazla yer almalarına yol açar. Bu mantıktan hareketle çalışmamızda toplumlarda dinsel, dilsel, etnik ve kültürel çeşitliliğin bayanların işgücü piyasasına katılmasında rolünü belirlemeye çalışmaktayız. Gelişmekte olan ülkelere ait 2000-2009 periyodu ortalamalarından oluşan kesit veriler yardımıyla oluşturduğumuz tekli ve çoklu regresyon modelleri üzerinde ampirik analizimizi gerçekleştirdik. Yapılan analizler sonrasında elde edilen tahmin sonuçları bir toplumda dinsel ve etnik çeşitlilik arttıkça o toplumda kadınların işgücüne katılımının arttığını göstermektedir. Diğer taraftan dilsel ve kültürel çeşitlilik açısından herhangi bir istatistiksel olarak anlamlı ilişkiye rastlanmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Dinsel Çeşitlilik, Dilsel Çeşitlilik, Kültürel Çeşitlilik, Etnik Çeşitlilik, Kesit Veri Modeli.

Abstract: Countries differ in terms of religion, language, ethnicity and culture. While this difference remains valid among countries, there are also societies in which a country maintains its own validity. The diversity in the religious, linguistic, ethnic and cultural mosaic of a society naturally makes it possible to have interactions between religions, languages, ethnic groups and cultures in that society. These interactions lead to more women in the more closed religious / linguistic / ethnic / cultural group, breaking the crust and taking part in social, political and economic life. Based on this logic, we try to determine the role of religious, linguistic, ethnic and cultural diversity in women's participation in labor market. We carried out our empirical analysis on single and multiple regression models we created with cross-sectional data of 2000-2009 period averages of developing countries. The results of the analysis show that women's labor force participation in the society increased as religious and ethnic diversity increased in a society. On the other hand, no statistically significant relationship was found between linguistic and cultural diversity.

Key Words: Religious Diversity, Linguistic Diversity, Cultural Diversity, Ethnic Diversity, Cross-sectional Data Model.

1. GİRİŞ

Kadın işgücü küresel dünyada gelişmekle beraber bazı olumsuzluklarla da mücadele etmektedir. Küreselleşmenin vazgeçilmez aşaması etkileşim ve farklılaşmaların ortaya çıkışı bazen iyi bazen de olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Küreselleşme ile gelen din, dil, kültür ve etnik etkileşim ve farklılaşmalar birçok farklı sonuçlara yol açar. Kadın işgücü katılımı ise bu farklılaşmalardan etkilenen makroekonomik değişkenlerden bir tanesidir. Kadın işgücü katılımının din ve etnik köken farklılıklarından etkilendiğini söylemek yanlış olmamakla beraber bunların yanı sıra dil ve kültür farklılaşmalarının da kadın işgücü üzerinde etkiye sahip olup olmadığı bu çalışmanın ana sorusudur.Literatürde kadın işgücü üzerine birçok farklı konuda çalışmalar ile karşılaşılmıştır. Fakat dinsel, dilsel, etnik ve kültürel farklılaşmanın kadın işgücü üzerindeki etkisini bu derce ayrıntılı ve böyle geniş örneklem üzerinde gerçekleştiren bir çalışma ile karşılaşılmamıştır. Genellikle kadın işgücü ve din ikilisi ele alınarak farklı din mensuplarının farklı görüşler neticesinde katılım kararlarının değiştiğini tespit eden çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalardan birkaçı aşağıda özetlenmektedir.

H'madoun 'nun 2010 yılında gerçekleştirdiği çalışma da dindarlığın kadınların işgücüne etkisi üzerine bir ampirik inceleme yapmıştır. Kadınların dindarlıkla orantılı olarak işten uzaklaşacağı görüşü benimsenirken bu tarz çalışmaların çoğu bu görüşü destekler niteliktedir. Felldmann' nın 80 ülke üzerinde yaptığı çalışma da kadın işgücü ile Protestan dini arasındaki ilişki ele alınmıştır. Nüfusun en büyük kısmı olan Protestan dini benimseyenlerin işgücüne katılım oranlarının ve istihdam oranlarının önemli ölçüde daha yüksek olduğunu görüyoruz. Bu çalışmada da farklı bir dinin çalışma hayatı üzerindeki olumlu etkisi tespit edilmiştir. Kuzgun ve Sevim 2004 yılında yaptıkları çalışmada kadınlara karşı tutum ve dini yönelim üzerine bir çalışma yapmıştır. Bozkaya 2013 yılında yaptığı çalışmada kadın işgücü katılımını belirleyen faktörleri ele almaktadır. Bozkaya bu çalışmada din ve mezhep ile kadın işgücü arasındaki ilişkiye değinmektedir.

Çalışmamızın şimdiki bölümünde ise din, dil, etnik ve kültürel çeşitlilik üzerine yapılan analizlerde kullanılacak veriler tanımlanmaktadır.

2. DATA VE METODOLOJİ

Kesit verileri kullanılarak aşağıdaki tekli ve çoklu regresyon modelleri tahmin edilmiştir:

$$BAYANİŞKATILIM_i = \beta_1 + \beta_2 DİNSELFARK_i + u_i \quad \textbf{1A}$$

$$BAYANİŞKATILIM_i = \beta_1 + \beta_2 DİNSELFARK_i + \beta_3 TARIM_i + \beta_4 SANAYİ_i + \beta_5 EĞİTİM_i \quad 1B$$

$$BAYANKATILIM_i = \beta_1 + \beta_2 DİLSELFARK_i + u_i \quad 2A$$

$$BAYANKATILIM_i = \beta_1 + \beta_2 DİLSELFARK_i + \beta_3 TARIM_i + \beta_4 SANAYİ_i + \beta_5 EĞİTİM_i \quad 2B$$

$$BAYANKATILIM_i = \beta_1 + \beta_2 ETNİKFARK_i + u_i \quad 3A$$

$$BAYANKATILIM_i = \beta_1 + \beta_2 ETNİKFARK_i + \beta_3 TARIM_i + \beta_4 SANAYİ_i + \beta_5 EĞİTİM_i \quad 3B$$

$$BAYANKATILIM_i = \beta_1 + \beta_2 KÜLTÜRELFARK_i + u_i \quad 4A$$

$$BAYANKATILIM_i = \beta_1 + \beta_2 KÜLTÜRELFARK_i + \beta_3 TARIM_i + \beta_4 SANAYİ_i + \beta_5 EĞİTİM_i \quad 4B$$

yukarıda *i* alt indisi *i.nci* ülkenin ilgili değişkene ilişkin gözlem değerini vermektedir. u_i regresyon modelinin hata terimidir.

Modelin bağımlı değişkeni bayan işgücü katılım oranı (FLFP) değişkeni olup, Dünya Bankası Kalkınma İndikatörü (WDI) veri setinden alınmıştır. FLFP değişkeni 15+ yaş bayan popülasyonu içinde bayan işgünün yüzdesel değeri şeklinde ölçümlenmektedir.

Modelde kullanılan diğer değişkenler Tablo 1 de tanım ve kaynakları ile açıklanmıştır.

Tablo 1: Değişkenler Listesi

Değişkenler	Tanım	Kaynak
DİNSELFARK	Dinsel Çeşitlilik	A. Alesina, E. La Ferrara (2005), "Ethnic Diversity and Economic Performance", Journal of Economic Literature.
DİLSELFARK	Dilsel Çeşitlilik	A. Alesina, E. La Ferrara (2005), "Ethnic Diversity and Economic Performance", Journal of Economic Literature.
ETNİKFARK	Etnik Çeşitlilik	A. Alesina, E. La Ferrara (2005), "Ethnic Diversity and Economic Performance", Journal of Economic Literature.
KÜLTÜRELFARK	Kültürel Çeşitlilik	James Fearon (2003), "Ethnic and Cultural Diversity by Country", Journal of Economic Growth.
TARIM	Tarım sektörü istihdamı (toplam istihdamın %'si)	WDI
SANAYİ	Sanayi sektörü istihdamı (toplam istihdamın %'si)	WDI
DOĞURGANLIK	Doğum sayısının logaritmik değeri	UNdata

EĞİTİM	Bayanların İlkokul kayıt oranı (%'sel brüt)	WDI
TÜKETİM	Kişi başı hane halkı nihai tüketim harcaması (sabit 2010 US$)	WDI

3. ANALİZ SONUÇLARI

Yapılan analizler sonucunca tekli ve çoklu regresyon tahminleri iki ayrı tabloda raporlanmıştır.

Tablo 2: Tekli Regresyon Modeli sonuçları

	Model 1	**Model 2**	**Model 3**	**Model 4**
Sabit	34,5204	40,6918	33,9811	43,7734
P-değeri	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
religfrac	35,6819			
P-değeri	0,0000			
lingfrac		22,0009		
P-değeri		0,0008		
ethnfrac			31,4411	
P-değeri			0,0001	
cultdivers				16,9413
P-değeri				0,0861
Gözlem Sa	87	87	87	81
F- İstatistil	19,2995	12,169	15,8184	3,0202
P-değeri	0,0000	0,0007	0,0001	0,0861

Tablo 2 de yer alan Model 1, Model 2, Model 3 tekli regresyonlarının F istatistik değerleri %1, %5 , %10 anlam düzeyleri için istatistiksel olarak anlamlı iken, Model 4 sadece % 10 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Yani *religfrac, lingfrac, ethnfrac* değişkenleri istatistiksel olarak anlamlıdır. Model 4 te yer alan *cultdivers* değişkeni ise istatistiksel olarak anlamsızdır.

Tablo 3: Çoklu Regresyon Modeli sonuçları

	Model 1	**Model 2**	**Model 3**	**Model 4**
Sabit	46,6081	56,0288	50,0482	53,0217
P-değeri	0,0117	0,0019	0,0053	0,0066
religfrac	16,0400			
P-değeri	0,0283			
lingfrac		9,7043		
P-değeri		0,1061		
ethnfrac			16,1078	
P-değeri			0,0235	
cultdivers				5,7806
P-değeri				0,4560
emp1	0,5252	0,5139	0,5131	0,4681
P-değeri	0,0000	0,0001	0,0000	0,0007
emp3	-0,5563	-0,7071	-0,6532	-1,0083
P-değeri	0,0500	0,0122	0,0182	0,0035
sc4	0,3020	0,3811	0,3474	0,3466
P-değeri	0,0018	0,0005	0,0004	0,0010
log(birth)	-3,3673	-4,3235	-4,0127	-3,1490
P-değeri	0,0032	0,0002	0,0003	0,0130
hou6	0,0007	0,0007	0,0008	0,0007
P-değeri	0,0559	0,0568	0,0495	0,0699
Gözlem Sayısı	64	64	64	60
F- İstatistik	15,8847	14,9160	16,0280	14,6710
P-değeri	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000

Yukarıda Tablo 3 te verilen çoklu regresyon modeli sonuçlarının F istatistik değerleri istatistiksel olarak anlamlıdır. Model 1 de yer alan religfrac, emp1,emp3, sc4,birth, hou6 değişkenleri istatistiksel olarak anlamlıdır. Model 2 yer alan lingfrac değişkeni hiçbir anlamlılık düzeyi için istatistiksel olarak anlamlı değildir. Diğer kontrol değişkenler emp1, emp3, sc4, birth, hou6 istatistiksel olarak anlamlı oldukları görülmektedir. Model 3 te yer alan ethnfrac değişkeni % 5 ve %10 anlamlılık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı sonuç vermektedir. Diğer kontrol değişkenler emp1, emp3, sc4, birth, hou6 istatistiksel olarak anlamlı oldukları görülmektedir. Son olarak Model 4 te yer alan cultdivers değişkeni istatistiksel olarak anlamsız olduğu görülmektedir.

4. SONUÇ

Çalışmada yapılan analizler gösteriyor ki bir toplumda dinsel ve etnik çeşitlilik arttıkça o toplumda kadınların işgücüne katılımının arttığını göstermektedir. Diğer taraftan dilsel ve kültürel çeşitlilik açısından herhangi bir istatistiksel olarak anlamlı ilişkiye rastlanmamıştır. Raporlanan sonuçlar neticesinde dilsel ve kültürel farklılıkların bayan işgücü katılımı üzerinde bir etkisi olduğunu söylemek mümkün değildir.

KAYNAKÇA

Bozkaya, G. (2013). Kadınların İşgücüne Katılımını Belirleyen Faktörler: Türkiye Üzerine Bir Analiz. *Sosyal Bilimler Dergisi*, *3*(5), 69-89.

Feldmann, H. (2007). Protestantism, labor force participation, and employment across countries. *American Journal of Economics and Sociology*, *66*(4), 795-816.

H'madoun, M. (2010). *Religion and labor force participation of women*. UA, Faculty of Applied Economics.

Kuzgun, Y., & Sevim, S. A. (2004). Kadınların çalışmasına karşı tutum ve dini yönelim arasındaki ilişki. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, *37*(1), 14-27.

Politik İstikrarın Bayanların İşgücüne Katılımına Etkisi: Asya, Afrika ve İslam Ülkeleri Örneği

Dr.Öğr.Üyesi Eda ÖZEN[1] **Prof.Dr.Jülide YALÇINKAYA KOYUNCU[2]**

[1]Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İİBF, İktisat, eda.ozen@bilecik.edu.tr

[2]Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İİBF, İktisat, julide.yalcinkaya@bilecik.edu.tr

Özet: Bir ülkenin politik istikrar düzeyi o toplumun ekonomik ve sosyal yapısı üzerinde önemli rol oynamaktadır. Ayrıca politik istikrar düzeyi ekonomik aktörlerin (yatırımcı, tüketici, işçi v.b.) alacağı kararları da şekillendirmektedir. Bu bağlamda politik istikrar bayanların işgücü piyasasına katılımını belirlemede de rol oynayabilir. Bu amaçla çalışmamızda politik istikrar bayanların işgücü piyasasına katılımına etki edip-etmediği ampirik olarak incelenmektedir. Örneklem olarak politik istikrarsızlığın yoğun olduğu Afrika, Asya ve İslam ülkeleri örneklemleri ayrı ayrı ele alınmıştır. Kullanılan veri seti dengesiz panel data olup, 2002-2014 yılları arasını kapsamaktadır. Öncelikle tekli regresyon modelleri yardımıyla politik istikrar ile bayanların işgücüne katılımı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olup-olmadığı analiz edilmiş ve daha sonra modele kontrol değişkenler katılarak çoklu regresyon analizleri yapılmıştır. Elde edilen tahmin sonuçları ışığında, bir ülkedeki politik istikrar düzeyi arttıkça o ülkede bayanların işgücü piyasasına katılımının arttığı görülmüştür. Bu bulgu geçerliliğini istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde Asya ve İslam ülkeleri için korur iken Afrika ülkeleri için koruyamamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Politik İstikrar, Kadın İşgücü Katılımı, Dengesiz Panel Veri, Rassal Zaman Etki Modeli.

Abstract: The level of political stability of a country plays an important role on the economic and social structure of that society. Moreover, the political stability level shapes the decisions of economic actors (investors, consumers, workers, etc.). In this context, political stability can play a role in determining the participation of women in the labor market. For this purpose, political stability is examined empirically by whether women have an effect on labor market participation. As a sample, samples of Africa, Asia and Islamic countries where political instability is intense are handled separately. The data set used is unbalanced panel data and covers the years 2002-2014. Firstly, with the help of single regression models, it was analyzed whether there was a statistically significant relationship between political stability and female labor force participation and then multiple regression analyzes were performed by adding control variables to the model. In light of the estimation results obtained, it is seen that the increase in the level of political stability in a country increases the participation of women in the labor market. This finding is not able to protect its validity for the Asian and Islamic countries, but for African countries.

Key Words: Political Stability, Female Labor Force Participation, Unbalanced Panel Data, Random Time Impact Model.

1. GİRİŞ

Kurumsal faktörlerden bir tanesi olan politik istikrar ekonomide hemen hemen her makroekonomik değişken üzerinde etkiye sahiptir. Gerek doğrudan gerek dolaylı olsun birçok farklı açıdan etkiye sahip olan politik istikrarın bayan işgücü üzerinde de etkisi olup olmadığı bu çalışmanın hipotezini oluşturmaktadır. Çünkü bayan işgücü katılımını arttırmak neredeyse her ekonominin öncelikli hedefleri arasında yer almakta ve bu alanda bir çok çalışma yapılmaktadır. Çok farklı açılardan ele alınan bayan işgücü katılımı, literatürde rastlamadığımız politik istikrar ile ele alarak farklı bir bakış açısı ile incelenmektedir. Literatürde politik istikrar ve bayan işgücü ikilisini aynı çalışmada analiz eden bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu sebeple bayan işgücü katılımı ile ilgili literatürden bazı çalışmalar aşağıda özetlenmiştir.

Yazar	Çalışma Konusu
Kızılgöl (2012)	Kentsel ve kırsal alanlardaki evli ve bekar kadınların işgücüne katılımını etkileyen unsurlar araştırılmıştır.
Lahoti &Swaminathan (2013)	Bu çalışma, ekonomik kalkınma ile kadın emek arzı arasındaki ilişkiyi incelemektedir
H'madoun 2010	Bu makale dindarlığın kadınların işgücüne etkisi üzerine bir ampirik inceleme yapmıştır.
Besamusca,Tijdens, Keune&Steinmetz 2015	Dünya çapında çalışan kadın iş gücü ve yaş etkisi ele alınmıştır.
	Kadınların işgücüne katılım eğilimi ile ilgili yapılan çalışmada eğitim,gelir,eşlerin

Evans&Kelley	geliri,medeni durum,çocuk sayısı ele alınmıştır.
Kapsos, Bourmpoula& Silberman 2014	Kadınların işgücüne katılımdaki keskin düşüşü ele alan çalışmada medeni durum, eğitim,hane halkı tüketimi değişkenleri ele alınmıştır.
Berik&BilginSoy 2000	Çalışmada kadın işgücü katılımı ile çocuk cinsiyetleri arasındaki ilişkinin varlığı araştırılmıştır.

2. DATA VE METODOLOJİ

Çalışmanın bu kısmı bir toplumda politik istikrarın bayanların işgücüne katılımını nasıl etkilediği panel veri analizi ile incelenmektedir. Politik istikrarın bayanların işgücüne katılımına etkisini dengesiz panel veri seti kullanarak analiz etmek için aşağıdaki tekli ve çoklu sabit zaman etki modeli tahmin edilmiştir:

$$İŞGÜCÜKATILIM_{it} = (\beta_1 + \tau_t) + \beta_2 İSTİKRAR_{it} + u_{it}$$

$$İŞGÜCÜKATILIM_{it} = (\beta_1 + \tau_t) + \beta_2 İSTİKRAR_{it} + \beta_3 KENTLEŞME_{it} + \beta_4 TÜKETİM_{it} + \beta_5 EĞİTİM_{it}$$

ve ayrıca aşağıdaki tekli ve çoklu rastsal zaman etki modeli tahmin edilmiştir:

$$İŞGÜCÜKATILIM_{it} = \beta_1 + \beta_2 YOKSULLUK_{it} + (\tau_t + u_{it})$$

$$İŞGÜCÜKATILIM_{it} = \beta_1 + \beta_2 İSTİKRAR_{it} + \beta_3 KENTLEŞME_{it} + \beta_4 TÜKETİM_{it} + \beta_5 EĞİTİM_{it} + \beta_6 TARIM_{it} + \beta_7 SANAYİ_{it} + (\tau_t + u_{it})$$

Yukarıda yer alan *it* alt indisi *i.nci* ülkenin *t* yılında ilgili değişkene ilişkin aldığı gözlem değerini; β_1 modeli sabit terimini; τ_t tüm ülkeleri aynı şekilde etkileyen fakat zamanlar arası değişen zaman spesifik etkiyi; u_{it} ise regresyon modelinin hata terimini temsil etmektedir.

Çalışmada oluşturulan modelin bağımlı değişkeni bayan işgücü katılım oranı (FLFP) değişkeni olup, Dünya Bankası Kalkınma İndikatörü (WDI) veri setinden alınmıştır. FLFP değişkeni 15+ yaş bayan popülasyonu içinde bayan işgünün yüzdesel değeri şeklinde ölçümlenmektedir.

Çalışmada kullanılan *poli* değişkeni " Politik İstikrar ve Şiddetin / Terörizmin Yokluğu" -2.5 ila 2.5 arasında değerler almaktadır. Yüksek skor terörün yokluğunu gösterir(Kaynak: The Worldwide Governance Indicators). Çalışmaya dahil edilen diğer control değişkenler Tablo 1 de tanımlanmaktadır.

Tablo 1: Kontrol Değişkenler Listesi

Emp1 : Tarım sektörü İşgücü katılımı (toplam İşgücü katılımın yüzdesel değeri) WDI
Emp3 : Sanayi sektörü İşgücü katılımı (toplam İşgücü katılımın yüzdesel değeri) WDI
Urp1: Kentsel nüfus büyüme hızı (yıllık yüzdesel) WDI
Sc4: İlkokul bayan kaydı (yüzdesel, brüt) WDI
Hou6 : Kişi başı hane halkı nihai tüketim harcaması (sabit 2010 US$) WDI

3.ANALİZ SONUÇLARI

Tablo 2: POLI (Politik İstikrar) için Tekli Tahmin Sonuçları

	İslam	Asya	Afrika
Sabit	46,7616	49,6987	59,5500
P-değeri	0,0000	0,0000	0,0000
poli	5,4566	5,6161	1,3440
P-değeri	0,0000	0,0000	0,1126
Gözlem Sayısı	676	624	676
Hausman Test İst.	3,6220	0,6045	0,0619
Hausman Testi P-değer	0,0570	0,4368	0,8035
Seçilen Model	**REM**	**REM**	**REM**

Politik İstikrar ile ilgili tekli regresyon modelin analiz sonuçları yukarıdaki tabloda özetlenmektedir. Tabloda görüldüğü gibi ülkeler İslam, Asya ve Afrika ülkeleri olarak ayrı ayrı analiz edilmiştir. Hausman test istatistiğine göre İslam, Asya ve Afrika ülkelerinde Rassal Etki Modeli(REM) ile tahmin yapılmıştır. İslam ve Asya ülkelerinde *poli* değişkeni istatistiksel olarak anlamlı sonuç alırken, Afrika ülkelerinde istatistiksel olarak anlamsız sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 2: POLI (Politik İstikrar) için Çoklu Tahmin Sonuçları

	Islam	Asya
Sabit	-0,2116	-4,9215
P-değeri	0,9827	0,6886
poli	7,1289	5,7742
P-değeri	0,0000	0,0000
emp1	0,5721	0,3918
P-değeri	0,0000	0,0000
emp3	-0,7326	0,0163
P-değeri	0,0000	0,9208
urp1	2,6520	-0,5116
P-değeri	0,0000	0,2411
sc4	0,3292	0,4349
P-değeri	0,0000	0,0000
hou6	-0,0008	0,0004
P-değeri	0,8426	0,0330
Gözlem Sayısı	155	245
Hausman Test İst.	8,3877	1,6464
Hausman Testi P-değeri	0,2111	0,9492
Seçilen Model	**REM**	**REM**

Yukarıdaki çoklu regresyon modelinde *poli(politik istikrar)* değişkeni ile ilgili çoklu regresyon modeli tahmin sonuçları raporlanmıştır. Raporlanan sonuçlar İslam ve Asya olarak iki ayrı örneklem üzerinden elde edilmiştir. İslam ülkeleri üzerinde yapılan analiz sonucunda ise *poli* değişkeni %1, %5 %10 anlamlılık düzeyi için anlamlı olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra *emp1, emp3, urp1, sc4* değişkenlerinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. İslam ülkelerinde çoklu regresyon modeli tahmini sonucu tek anlamsız çıkan değişken *hou6* olduğu görülmektedir. Son olarak Asya ülkeleri üzerinde yapılan analiz sonucunda *poli* değişkeni %1, %5 %10 için istatistiksel olarak anlamlıdır. Bunun yanı sıra *emp1, sc4, hou6* değişkenlerinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Diğer control değişkenler *emp3, urp1* değişkenleri istatistiksel olarak anlamsız çıkmıştır.

4. SONUÇ

Politik istikrar ve bayan işgücü katılımı üzerine yapılan analizler neticesinde bir ülkedeki politik istikrar düzeyi arttıkça o ülkede bayanların işgücü piyasasına katılımının arttığı görülmüştür. Çalışmada ele alınan Asya, Afrika ve İslam ülkeleri üzerinden elde edilen sonuçlardan bazıları bu hipotezi doğrulamaktadır. Bu bulgu geçerliliğini

istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde Asya ve İslam ülkeleri için korur iken Afrika ülkeleri için koruyamamaktadır.

KAYNAKÇA

Berik, G., & Bilginsoy, C. (2000). Type of work matters: Women's labor force participation and the child sex ratio in Turkey. World Development, 28(5), 861-878.

Besamusca, J., Tijdens, K., Keune, M., & Steinmetz, S. (2015). Working women worldwide. Age effects in female labor force participation in 117 countries. World Development, 74, 123-141.

Evans, M.D.R. & Jonathan K. (2008). Trends in Women's Labor Force Particitation in Australia: 1984-2002, Social Science Research, 37 (1), 287-310.

H'madoun, M. (2010). Religion and labor force participation of women. UA, Faculty of Applied Economics.

Kapsos, S., Silbermann, A., & Bourmpoula, E. (2014). Why is female labour force participation declining so sharply in India?. ILO.

Kızılgöl, Ö. A. (2012). Kadınların İşgücüne Katılımının Belirleyicileri: Ekonometrik Bir Analiz, Doğuş Üniversitesi Dergisi, 13 (1), 88-101.

Lahoti, R., & Swaminathan, H. (2013). Economic growth and female labour force participation in India. IIM Bangalore Research Paper, 414.

Afrika Ülkelerinde Yoksulluk ve Bayanların İşgücüne Katılımı: Panel Analiz

Dr.Öğr.Üyesi Eda ÖZEN[1] **Prof.Dr.Jülide YALÇINKAYA KOYUNCU[2]**

[1]Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İİBF, İktisat, eda.ozen@bilecik.edu.tr

[2]Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İİBF, İktisat, julide.yalcinkaya@bilecik.edu.tr

Özet: Bir ülkede kadınların işgücü piyasasına katılımını belirleyen çok sayıda sosyal, ekonomik, demografik ve kültürel faktör vardır. Söz konusu bu faktörlerin arasında en belirgin olanlarından biri de toplumun yoksulluk düzeyidir. Yoksulluğun yaygın olduğu toplumlarda kadınlar gerek yaşamlarını idame ettirebilmek için gerekse aile bütçelerine katkıda bulunmak amacıyla işgücü piyasasına katılmak zorunda kalabilmektedir. Yoksulluk her toplumun bir gerçeği olmakla birlikte en yaygın biçimde gözlemlendiği ülkelerin başında Afrika ülkeleri gelmektedir. Bu nedenle çalışmamızda Afrika örneklemini kullanarak yoksulluğun kadın işgücü katılımına etkisi dengesiz panel veriler yardımıyla analiz edilmektedir. Altı farklı yoksulluk göstergesi kullanarak yapılan panel analizler sonucunda yoksulluk artıkça bayanların işgücü piyasasına katılımının arttığı görülmüştür. Bu bulgu altı farklı yoksulluk göstergesinden dördü için istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde geçerliliğini hem tekli hem de çoklu regresyon modellerinde korumaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yoksulluk, Kadın İşgücü Katılımı, Dengesiz Panel Veri, Rassal Zaman Etki Modeli.

Abstract: There are many social, economic, demographic and cultural factors in a country that determine the participation of women in the labor market. One of the most significant of these factors is the poverty level of the society. In societies where poverty is common, women may have to participate in the labor market in order to maintain their lives and to contribute to family budgets. Although poverty is a fact of every society, African countries are one of the countries in which they are most commonly observed. Therefore, in our study, the impact of poverty on female labor force participation through the African sample is analyzed with the help of unbalanced panel data. As a result of the panel analysis using six different poverty indicators, it was seen that the participation of women in the labor market increased as poverty increased. This finding maintains statistically significant validity for four of the six different poverty indicators in both single and multiple regression models.

Key Words: Poverty, Female Labor Force Participation, Unbalanced Panel Data, Random Time Impact Model.

1. GİRİŞ

Yoksulluk konusu ekonomide önemli bir yer tutmaktadır. Sebepleri ve çözümleri üzerinde literatürde birçok çalışma mevcuttur. Genellikle makro ekonomik faktörler ve yoksulluk üzerine etkileri sıklıkla çalışılan konula olsa bile yoksulluk ve bayan işgücü katılımını ele alan sınırlı sayıda çalışmanı varlığı görülmektedir. Bunlardan bazıları aşağıda özetlenmiştir.

Öztürk ve Çetin 2009 yılında yaptıkları çalışma da dünya ve Türkiye üzerinde kadınlar ve yoksulluk konusunu ele almıştır. Çalışmada yoksulluk ve yoksulluğun kadınlar üzerindeki etkisi, yoksullukla mücadele politikaları ve bu mücadele politikalarının nedenli işe yaradıkları incelenmiştir. Uzun 2003 yılında gerçekleştirdiği çalışmasında yoksulluk konusunu dünya bankası politikaları ve eşitsizlikler yönünden ele almıştır. Yoksullukla ve eşitsizlikle mücadele ederken nasıl bir yol izlenmesi gerektiği ve hangi politikaların uygulanması gerektiği incelenmiştir.

Sadece yoksulluk ve bayan işgücü değil, genel anlamda bayan işgücü ile ilgili çalışmalar literatürde geniş bir yer tutmaktadır. Bu çalışmalardan bazıları aşağıda özetlenmektedir.

Lahoti ve Swaminathan 2013 yılında Hindistanda yaptıkları çalışmada ekonomik kalkınma ile kadın emek arzı arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Çalışmada gösterilen birkaç literatürün aksine sistematik bir ilişki gözlenlenememiştir. Bunun yanı sıra büyümeye olan bağımlılığın kadınların ekonomik faaliyetlerini artırmak için yeterli olmadığı ve büyümenin bileşenlerinin de dikkat çektiği gözlenmiştir. Cooray, Gaddis, ve Wacker 2012 yılında yaptıkları çalışmada kadınların işgücüne katılımı üzerine küreselleşmenin doğrudan yabancı yatırımların ve ticaretin etkisi incelenerek, küreselleşmenin iki önemli kolu incelenmiştir. Her iki değişkeninde etkisi olumsuz olarak gözlemlenmiştir. Ekonominin endüstriyel yapısının da bu sonucu etkilediği söylenmektedir. Besamusca,Tijdens, Keune ve Steinmetz 2015 yılında yaptıkları çalışmada Dünya çapında çalışan kadın iş gücü ve yaş etkisi ele alınmıştır. Daha az dindar, ücretli doğum izni olan, okul öncesi okullaşma oranı yüksek yerlerde iş gücüne katılım fazladır sonucunu elde etmiştir. Lee ve Lee 2014 yılında yaptıkları çalışmada doğurganlık ve kadın iş gücü katılımı incelenmiştir. Farklı yaş grupları üzerinde farklı sonuçlar elde edilmiştir. Özer ve Biçerli 2004 yılında yaptıkları bu çalışmada Türkiye üzerinde kırsal ve kentsel alanlara ilişkin panel veri ile birimlere

özgü sabit terimlerle sabit etkiler ve rassal etkiler modelleri kullanarak kadın işgücü katılımını bazı makro ekonomik değişkenler ile incelemiştir.

2. DATA VE METODOLOJİ

Çalışmanın bu kısmı bir toplumda yoksulluğun bayanların işgücüne katılımını nasıl etkilediği panel veri analizi ile incelenmektedir. Yoksulluğun bayanların işgücüne katılımına etkisini dengesiz panel veri seti kullanarak analiz etmek için aşağıdaki tekli ve çoklu sabit zaman etki modeli tahmin edilmiştir:

$$İŞGÜCÜKATILIM_{it} = (\beta_1 + \tau_t) + \beta_2 YOKSULLUK_{it} + u_{it}$$

$$İŞGÜCÜKATILIM_{it} = (\beta_1 + \tau_t) + \beta_2 YOKSULLUK_{it} + \beta_3 KENTLEŞME_{it} + \beta_4 ENFLASYON_{it} + \beta_5 EĞİTİM_{it} + u_{it}$$

ve ayrıca aşağıdaki tekli ve çoklu rastsal zaman etki modeli tahmin edilmiştir:

$$İŞGÜCÜKATILIM_{it} = \beta_1 + \beta_2 YOKSULLUK_{it} + (\tau_t + u_{it})$$

$$İŞGÜCÜKATILIM_{it} = \beta_1 + \beta_2 YOKSULLUK_{it} + \beta_3 KENTLEŞME_{it} + \beta_4 ENFLASYON_{it} + \beta_5 EĞİTİM_{it} + (\tau_t + u_{it}) .$$

Yukarıda yer alan *it* alt indisi *i.nci* ülkenin *t* yılında ilgili değişkene ilişkin aldığı gözlem değerini; β_1 modeli sabit terimini; τ_t tüm ülkeleri aynı şekilde etkileyen fakat zamanlar arası değişen zaman spesifik etkiyi; u_{it} ise regresyon modelinin hata terimini temsil etmektedir.

Modelin bağımlı değişkeni bayan işgücü katılım oranı (FLFP) değişkeni olup, Dünya Bankası Kalkınma İndikatörü (WDI) veri setinden alınmıştır. FLFP değişkeni 15+ yaş bayan popülasyonu içinde bayan işgünün yüzdesel değeri şeklinde ölçümlenmektedir. Çalışmada yoksulluk (POVERTY) indikatörü olarak beş farklı gösterge kullanılmıştır. Yoksulluk göstergelerinin tanımı ve kaynak bilgileri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Yoksulluk Göstergelerinin tanım ve kaynakları;

GINI; 0 ile 100 arasında değerler vererek gelir adaletsizliğini ölçer. 0' a yaklaştıkça adaletli, 100' e yaklaştıkça adaletsiz dağılımdan bahseder (Kaynak:PovcalNet Data of Worldbank http://iresearch.worldbank.org/PovcalNetPPP 2005/index.htm?2).

HEADCOUNT Yoksulluk sınırının altındaki kişilerin yüzdesi(Kaynak: PovcalNet Data of Worldbank http://iresearch.worldbank.org/PovcalNetPPP 2005/index.htm?2).

MLD: MLD indeksi, bireysel gelir dağılımındaki eşitsizlik indeksidir.(Kaynak: PovcalNet Data of Worldbank http://iresearch.worldbank.org/PovcalNetPPP 2005/index.htm?2)

WATTS: WATTS yoksulluk endeksi.Yoksulluk bandındaki yoksulları da sayarak yoksulluk sınırının gelirle orantılı olarak ortalamasının tüm nüfusa oranlanmasıyla ölçülen, oranlı yoksulluk boşluklarının nüfustaki ortalamasıdır.(Kaynak: PovcalNet Data of Worldbank http://iresearch.worldbank.org/PovcalNetPPP 2005/index.htm?2)

POVGAP: Yoksulluk boşluğu. Yoksulluk sınırının altındaki ortalama mesafeyi ölçer.(Kaynak: PovcalNet Data of Worldbank http://iresearch.worldbank.org/PovcalNetPPP2005/index.htm?2)

HDI: insani kalkınmışlık indeksi. (Kaynak: HDR (human development report))

Modelde kullanılan diğer kontrol değişkenlerin tanım ve kaynakları; *Urp1:* Kentsel nüfus büyüme hızı (yıllık yüzdesel)(Kaynak: WDI) ,*Inf1:* Enflasyon, GSYİH deflatörü (yıllık yüzdesel) (Kaynak: WDI), *Sc4:* İlkokul bayan kaydı (yüzdesel, brüt) (Kaynak: WDI) şeklindedir.

3. ANALİZ SONUÇLARI

	Model 1	Model 3	Model 5	Model 7	Model 9	Model 10
Sabit	46,6873	43,9886	36,6482	44,6395	59,2583	102,0390
P-değeri	0,0000	0	0	0,0000	0,0000	0,0000
watts	0,5173					
P-değeri	0,0000					
povgap		0,9381				
P-değeri		0,0000				
headcount			0,5470			
P-değeri			0,0000			
gini				0,3214		
P-değeri				0,0896		
mld					0,0425	
P-değeri					0,0755	
hdi						-87,1119
P-değeri						0,0000
Gözlem Sa	94	94	94	150	94	50
Hausman	0,1317	0,0402	0,0909	0,0684	0,0669	5,0018
Hausman	0,7167	0,8410	0,7630	0,7936	0,7959	0,0253
Seçilen Mo	REM	REM	REM	REM	REM	FEM

Yukarıda yoksulluk göstergelerinin tekli regresyon analizi sonuçları raporlanmıştır. Hausman Test istatistiğine göre HDI değişkeni dışında diğer tüm değişkenler de Rastsal Etki Modeli (REM) seçilmiştir. Sadece Model 10 yani HDI değişkeninin tekli regresyon modelinde Sabit Etki Modeli(FEM) seçilmiştir.Bu tabloya göre Model 1 watts yoksulluk indeksinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söylemek mümkündür. Model 3 povgap değişkeni tekli regrasyon analizi sonucunda istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Model 5 headcount değişkeni tekli regrasyon analizi sonucunda istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Model 7 gini ve Model 9 da mld değişkenlerinin sadece %10 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir.Son olarak Model 10 da HDI değişkenin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

	Model 2	Model 4	Model 6	Model 8	Model 11
Sabit	16,3885	15,5699	10,6664	13,3717	56,5587
P-değeri	0,0124	0,0153	0,0876	0,1681	0,0000
urp1	2,8729	2,4435	1,4024	6,1698	2,9198
P-değeri	0,0030	0,0112	0,1511	0,0000	0,0000
inf1	0,1154	0,1027	0,0621	-0,0281	0,0265
P-değeri	0,6237	0,6560	0,7812	0,8155	0,7227
sc4	0,1999	0,2039	0,2239	0,1380	0,4074
P-değeri	0,0015	0,0009	0,0002	0,0251	0,0000
watts	0,5153				
P-değeri	0,0000				
povgap		0,9020			
P-değeri		0,0000			
headcount			0,5304		
P-değeri			0,0000		
gini				0,2165	
P-değeri				0,2494	
mld					
P-değeri					
hdi					-98,2278
P-değeri					0,0000
Gözlem Sa	86	86	86	134	362
Hausman	3,1926	3,5476	5,5913	1,3516	0,7260
Hausman	0,5261	0,4707	0,2318	0,8526	0,9481
Seçilen Mo	REM	REM	REM	REM	REM

Yukarıda çoklu regresyon modelinin analiz sonuçları raporlanmıştır. Tüm modellerde Hausman Test istatistiğine göre Rassal Etki Modeli(REM) seçildiği görülmektedir. Model 2 de watts, urp1, sc4 değişkenleri istatistiksel olarak anlamlı iken, inf1 değişkeni istatistiksel olarak anlamsızdır. Model 4 teki sonuçlara bakıldığında povgap, urp1, sc4 değişkenleri istatistiksel olarak anlamlı, fakat inf1 değişkeni anlamsız bir sonuca sahiptir. Model 6 daki sonuçlarda ise sadece headcount ve sc4 değişkenleri istatistiksel olarak anlamlıdır. Model 8 de ise urp1 ve sc4 alamlı iken , gini, inf1 istatistiksel olarak anlamsızdır. Son olarak Model 11 de hdi, sc4 ve urp1 değişkenleri istatistiksel olarak anlamlı sonuçlara sahiptir.

4. SONUÇ

Altı farklı yoksulluk göstergesi kullanarak yapılan panel analizler sonucunda yoksulluk artıkça bayanların işgücü piyasasına katılımının arttığı görülmüştür. Bu bulgu altı farklı yoksulluk göstergesinden dördü için istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde geçerliliğini hem tekli hem de çoklu regresyon modellerinde korumaktadır. Çalışmada istatistiksel olarak anlamsız çıkan yoksulluk indeksleri mld ve hdi indeksleridir.

KAYNAKÇA

Besamusca, J., Tijdens, K., Keune, M., & Steinmetz, S. (2015). Working women worldwide. Age effects in female labor force participation in 117 countries. World Development, 74, 123-141.

Cooray, A., Gaddis, I., & Wacker, K. M. (2012). Globalization and female labor force participation in developing countries: an empirical (re-) assessment (No. 129). Courant Research Centre: Poverty, Equity and Growth-Discussion Papers.

Lahoti, R., & Swaminathan, H. (2013). Economic growth and female labour force participation in India. IIM Bangalore Research Paper, 414.

Lee, G. H., & Lee, S. P. (2014). Childcare availability, fertility and female labor force participation in Japan. Journal of the Japanese and International Economies, 32, 71-85.

Özer, M. & Biçerli, K. (2004). Türkiye'de Kadın İşgücünün Panel Veri Analizi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 3 (1), 55-85.

Öztürk, M., & Çetin, B. I. (2009). DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE YOKSULLUK VE KADINLAR. Journal of Yasar University, 4(16).

Uzun, Ayşe Meral (2001). Yoksulluk olgusu ve Dünya Bankasi. CÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 4(2), 155-174.

Turkey – Bulgaria Social and Economic Relations

Doç. Dr. E. Recep ERBAY[1] **Öğr. Gör. Miray ÖZDEN[2]** **Ahmet AKTUNA[3]**

[1]NKU, FEAS, Economics, erbat@nku.edu.tr

[2]NKU, SSVS, Foreign Trade, mozden@nku.edu.tr

[3]PhD Student, NKU, FEAS, Economics, ahmetaktuna@anadolu.edu.tr

Abstract: Geographical proximity, brings along cultural and commercial proximity naturally. When this closeness considered potentially suitable, it economically reveals a strategic synergy. In previous periods, many countries that makes economic leap; labor of their neighbors, source and commercial potential and benefiting from collaborations growing / aspiring neighbor countries showed examples of the rise of national prosperity depends on it.

Economically "Good Neighborly" not only in terms of economies of scale that will benefit two sides also result in commercial benefits it provides to each other and framework of "win-win" principle it will create an economic leverage effect. In this point of view, Bulgaria-Turkey relations have means more than the standard commercial partnership.

In this study the future projections of these subjects, on the ground provided by the global economic system, explained with an analytical description.

Keywords: Turkey - Bulgaria Economic Relations, Foreign Trade, Global Competition

Jel Codes: F10, F14, F15, C01

Introduction

The development of bilateral trade relations between the Balkan countries and Turkey, it constitutes an important dimension of Turkish foreign trade policy. The countries in this geography, position of our country is a gateway to Western Europe. It has great importance that Turkey has the commercial relations with these countries, political stability of this region and ensuring economic development in these countries. In this study, one of the Balkan countries Bulgaria and Turkey's foreign trade relations future predictions was made by examining the analytical way. Bulgaria according to data from the 2014 population of 6.9 Million and among developing countries by population growth rate of -0.8%.

Bulgaria's economy in 2013 purchasing power parity (PPP-PPP) according calculated 55 billion of $ to the GDP value, it has become the world's 74th largest economy. The total foreign trade volume is $ 62 billion, $ 29 billion export and $ 33 billion imports. It's considered that Bulgaria's foreign trade relations his major trading countries are Germany, Russia, Italy, Turkey, Romania and Greece. In his commercial relations with these countries the sectors top exported; textile, footwear, machinery and assembly, iron-steel and mineral fuels. The sectors top imported; machinery and assembly, metals, chemicals, plastics, mineral fuels.

According to data of the 2014, Turkey takes place between developing countries by population growth rate of 2.3% and by population of 75.93 Million. According to the data of 2014, Turkey's economy, with a GDP of $ 798.4 Billion, is the world's 17th largest economy. According to the data of 2014, it has exports of $ 143 billion and imports of $ 207 billion, totally having $ 399 billion worth of foreign trade volume. The volume of foreign trade, structure and orientation is changed in a positive direction after regional trade development strategies especially conducted the neighboring countries and economic reforms implemented in Turkey.

We share coexistence of a long history and cultural heritage in the Balkans where living most cognate population our neighbor, Bulgaria. There are strong ties between us and Bulgaria due to our citizens who immigrated and our cognates living there for years. Considering the economic ties between both countries; Bulgaria for Turkey, Western, Central and Eastern Europe, Turkey for Bulgaria is Caucasus, it is a gateway to Central Asia and the Middle East. Middle East countries and regions have precious reserves and geographic location, for this reasons become a focal point of the country around the world. So Turkey is an important position in terms of Bulgaria.The geographic location and neighborhood relations in two countries that has also developed trade relations between other countries. In these trade relations is applied below agreements signed between the two countries. (Republic of Turkey Ministry of Foreign Affairs, sofya.be.mfa.gov.tr/ShowInfoNotes.aspx?ID=121507, accessed on: 08.10.2018)

In summary this agreements are in the form that:

• Turkey-Bulgaria Tourism Agreement, 28-30th July 1997

• Turkey-Bulgaria Trade Agreement, 11th June 1974

• Turkey-Bulgaria Agreement on Mutual Promotion and Protection of Investments, 6th June 1994

• Prevention of Double Taxation Agreement, 7th June 1994.

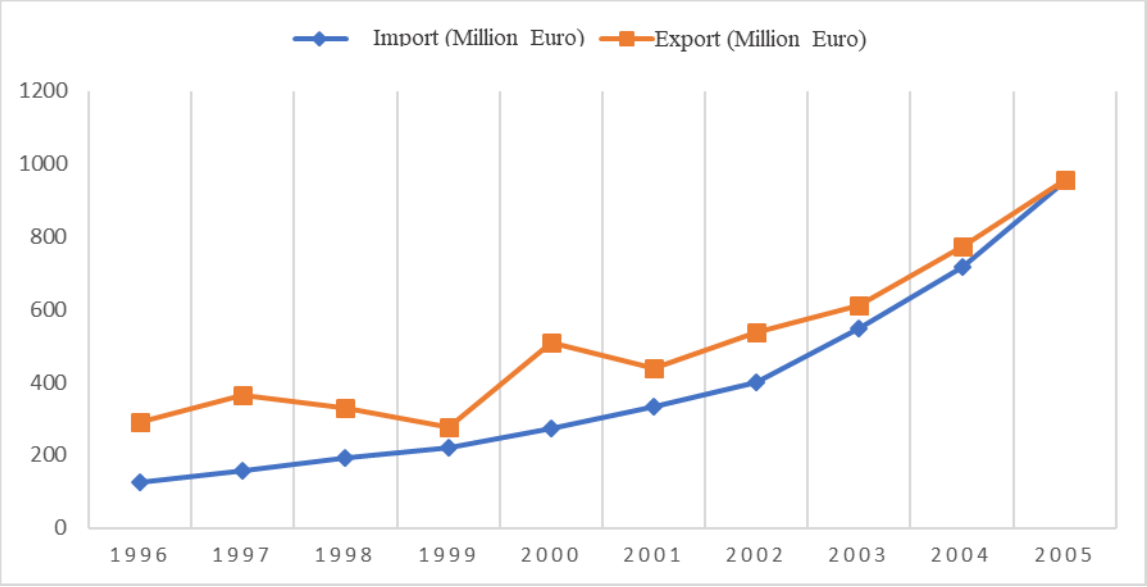
1. Turkey-Bulgaria Economic Relations Periodic Development

1.1. Turkey-Bulgaria Foreign Trade (1996-2005)

Bulgaria and Turkey besides existing many years of neighborly relations also it has been at the forefront of political and economic relations. In this period between the two countries signed, "Tourism Agreement" and previously signed "Mutual Promotion and Protection of Investments Agreement and the Prevention of Double Taxation Agreement" were put into effect. This agreement has led to increase the two countries trade relations. In during this same period, Turkey March 26, 1995 and Bulgaria Dec 1, 1996 became a member WTO (Ministry of Customs and Trade http://ab.gtb.gov.tr/uluslararasi-orgutler/dunya-ticaret-orgutu, accessed on: 15.10.2018). World Trade Organization started its activities on Jan 1, 1995 in order to maintain the efforts to liberalize world trade, a new structure was established with developing altered the GATT (Seyidoglu, 2009:157).

From 1996 to present the foreign trade between Turkey and Bulgaria is an increase in the overall period. Although there are some exception years it is possible to see an impressive increase (see also: Figure 1).

Figure 1: Turkey-Bulgaria Export-Import Figure (1996-2005)



Source: TUIK, (1996-2005) data is prepared with compilation.

In period from 1996 to 2005 as seen from the figure it is constantly increasing Turkey's exports. When the import figures is a matter of random distribution. Between years of 1996 to 2001 import figures are increasing slowly. Considering that period in 2005, imports and exports which is year maximum. In 2005 trade with Bulgaria rate of exports meeting imports was calculated as 99%. In this period import figures of which in 1996; 289.48 (Million €), in 2005 it reached 956.26 (Million €). co the export figures from in 1996 125.12 (Million €) to in 2005 reached 951.74 (Million €). In 1996 43% of rate of exports meeting imports increased to 99% in 2005.

Table 1: Turkey Total Export-Import, Import Export Performed with Bulgaria (1996-2005)

	Turkey Total Export-Import		Import Export Performed with Bulgaria	
Years	**Export (Billion Euro)**	**Import (Billion Euro)**	**Export (Million Euro)**	**Import (Million Euro)**
1996	18.532	34.834	125.12	289.48
1997	23.339	43.205	156.85	363.92
1998	24.129	41.148	190.99	329.05
1999	24.964	38.351	219.65	278.3
2000	30.181	59.444	275.2	509.6
2001	35.062	46.255	335.03	440.02
2002	38.137	54.478	400.66	538.14
2003	41.76	61.248	548.1	611.19
2004	50.896	78.53	718.36	773.84
2005	59.147	94.015	951.74	956.26

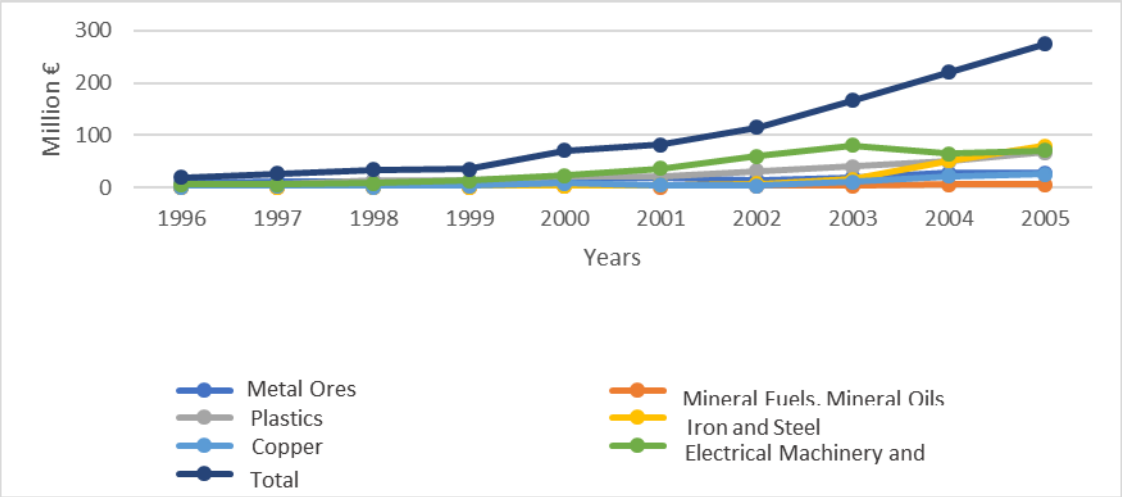
Source: (TUIK, biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/menu.zul, accessed on: 09.10.2018).

In period from 1996 to 2005 Turkey increased the export of a logarithmic form. Considering the import figures are matter of "increasing slowly". Considering the trade with Bulgaria total import-export growth rate of Turkey likewise, increase of export with logarithmic form and increase of imports slowly. However, in 1996 exports to Bulgaria constitute 0.6% of total exports in the same year. It is seen to act with principle "win-win" of countries in trade between both countries. When considering in 2005 trade with Bulgaria constitute 1.6% of total exports. In 1996 when looking for Turkey's imports, trade with Bulgaria constitute 0.8% of total imports. In 2005 it constitute 1% of total imports of Turkey.

1.1.1. Commodity Groups Terms of Foreign Trade of Turkey-Bulgaria (1996-2005)

When we look at trade between Bulgaria from Turkey, it is observed that for the trading of approximately 94 commodity groups. Sofia Commercial Counselor's done a study on that subject inform Turkey to Bulgaria it is observed that top export of mineral fuels, mineral oils, copper, plastics, electrical machinery and equipment, other machinery, metal ores, iron and steel products group. In the imported commodity groups as the majority were mineral fuels, mineral oils, copper, iron and steel, oil seeds and fruits, electrical machinery and equipment, wood and articles of wood, plastic, lead (Embassy of Sofia, Office of the Commercial counsellor 2015: 5).

Figure 2: Export Commodity Groups 1996-2005 (Million €)



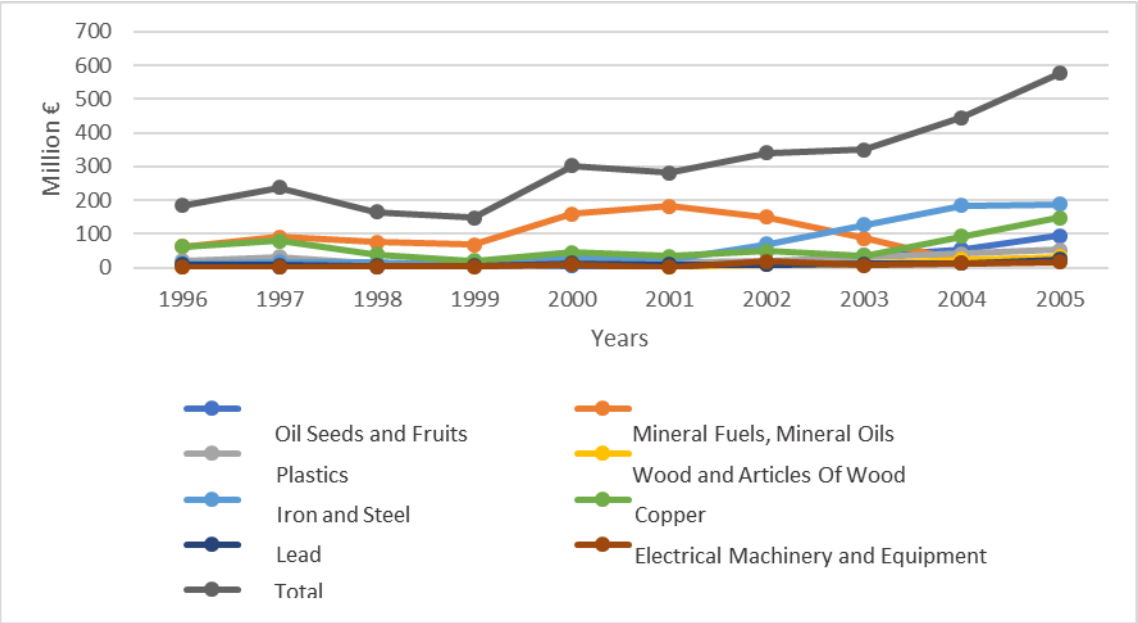
Source: TUIK (1996-2005) data is prepared with compilation.

In the horizontal axis shows the year and on the vertical axis export figures are quoted "Million €". Figure is created by taking the data from the 10-year period of these 6 export commodity groups as determined by the

Sofia Commercial Counselor. It was determined that until 2004, the top exported commodity groups within these commodity group "Electric Machines and Devices". But considering 2005 Turkey's "Iron and Steel" export commodity "Electrical Machinery and Equipment" seems to be on top of the commodity group. In 1996 total exports of this commodity group 19:49 Million €, in 2005 274.4 Million € increases that have been confirmed.

However, it's in total exports of the commodity group 6 to 15% in 1996, this figure increased to 28% in 2005.

Figure 3: Import Commodity Groups 1996-2005



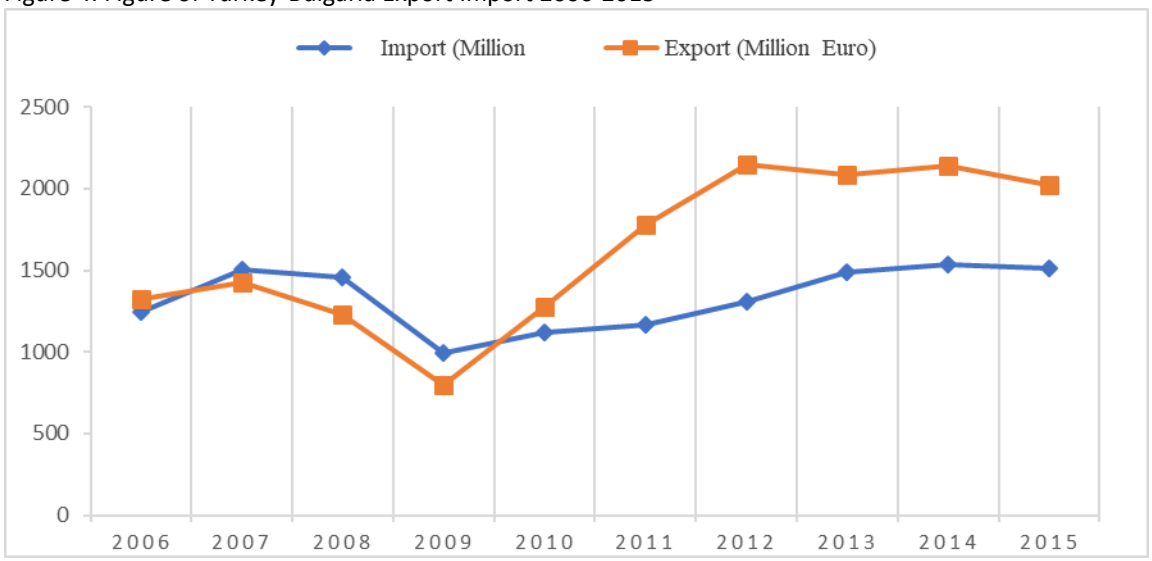
Source: TUIK (1996-2005) data is prepared with compilation.

Sofia Commercial Counselor identified 8 top imported commodity groups are discussed. 10 years of data from this commodity group are listed in the figure. However top imported commodity groups in 1996 had been "Copper and commodity from copper" in 2005 top imported commodity groups was "Iron and Steel". Considering that commodity groups exports increased by slowly.

1.2. Foreign Trade of Turkey-Bulgaria 2006-2015

We considered to be the second term of the 2006-2015 in Turkey and Bulgaria had been very significant progress in terms of economic relations. On Jan, 1 2007 with the accession of Bulgaria to the EU member, Free Trade Agreement between both countries replaced the Turkey- EU Customs Union had left the decision (Turkish Bulgarian Chamber of Commerce and Industry,www.tbcci.bg/index.php?option=com_content&view=article&id=120&Itemid=161&lang=tr, accessed on:05.10.2018). Thus, the two countries with the goods originating from the two countries have been imported from third countries, even if any customs duties paid nationalized all kinds of industrial commodity between the two countries commercial tariff etc. It began to be exempt from the other cuts. Turkey and Bulgaria, due to the customs union against non-EU member countries are implementing a mutual customs tariff (Konya Chamber of Commerce, 2008: 22). Customs tariffs are taken in the country entry and exit, commodities imported in trade between the countries and put on the exported commodity tax these commodity .

Figure 4: Figure of Turkey-Bulgaria Export Import 2006-2015



Source: TUIK, data is prepared with compilation.

Table 2: Turkey Total Export-Import, Import Export to Bulgaria (2006-2015)

	Turkey Total Export-Import		Turkey Bulgaria Export-Import	
Years	**Export (Billion Euro)**	**Import (Billion Euro)**	**Export (Million Euro)**	**Import (Million Euro)**
2006	68.02	111.095	1243.73	1320.35
2007	78.126	123.959	1500.94	1424.13
2008	89.559	136.441	1456.41	1232.12
2009	73.283	100.763	991.31	794.88
2010	85.263	138.813	1120.31	1274.04
2011	96.973	173.098	1163.73	1777.31
2012	118.644	184.086	1311.46	2147.49
2013	114.562	189.784	1487.13	2083.79
2014	118.657	182.337	1533.06	2141.12
2015	129.647	186.508	1511.23	2025.28

Source: (TUIK biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/menu.zul, accessed on: 09.10.2018).

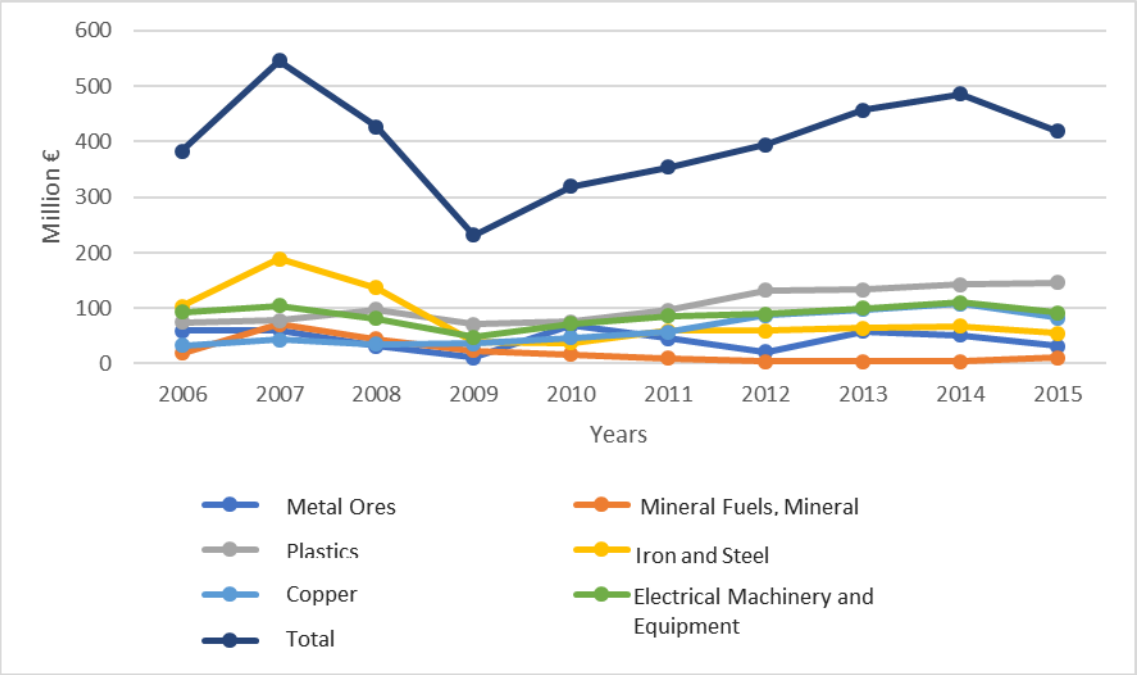
Imports and exports between the two countries made in the period 2006-2015 are given in the figüre 4. During this period, Jan 1, 2007 Bulgaria with the accession to EU member has been experienced an increase in imports and exports between the two countries. After the crisis of 2009 the effects appeared in 2007 and in 2009 trade between the two countries has reached to the lower limit of this period. In the period from 2009 to 2015 it increased by slowly imports and exports. The export-import coverage ratio of 94% in 2006, in 2015, this ratio is calculated as 74%.

Turkey's total imports and exports increased by slowly in 10 years. Nevertheless with its trade relations with Bulgaria increased by slowly exports and imports. Turkey, in 2006 the share of the total exports to Bulgaria was 1.8%, the share of imports was 1.1%. The share of total exports in 2015 1.1% the share of total imports is 1%. The trade between the two countries was determined as the year is a maximum of Turkey's exports in 2014 and the year is a maximum of Turkey's imports in 2012 (Table 1).

1.2.1. Commodity Groups Basis Turkey-Bulgaria Foreign Trade (2006-2015)

The figure below 8 top imported commodity groups and 6 export commodity groups determined by the Sofia Commercial Counselor:

Figure 5: Export commodity groups (2006-2015)

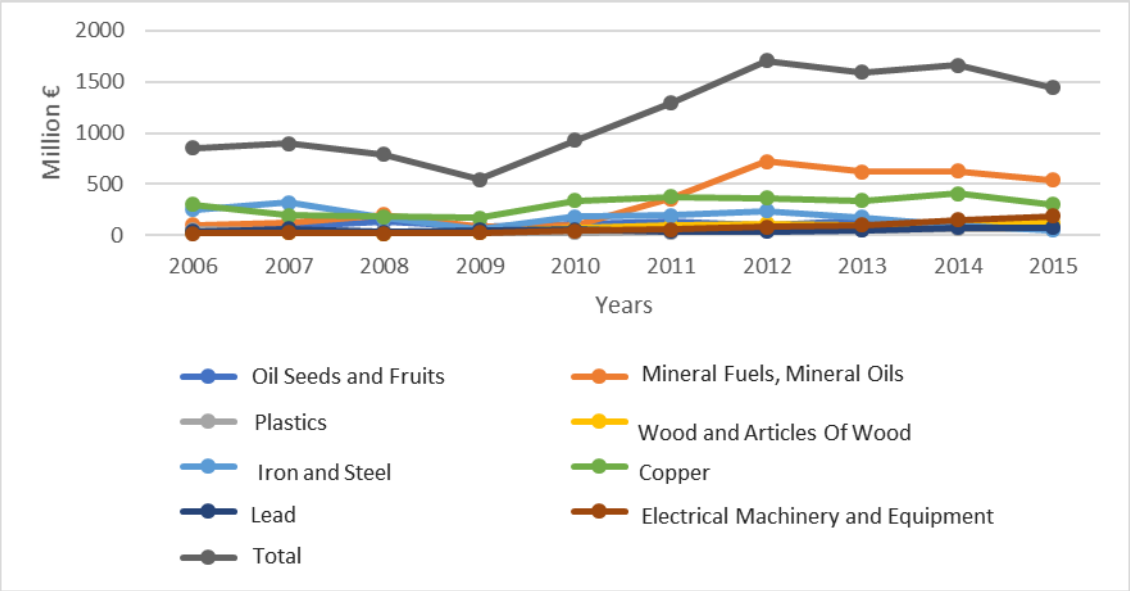


Source: TUIK, data is prepared with compilation.

The determined group of 6 commodity export data is listed in the figure according to years. Top exported commodity groups in 2006 "Iron and Steel" minimum exported the commodity group "Mineral Fuels and Oils" that it identified. In period up to year of 2015, the values shows that export commodity groups increased by slowly. 2007 "Iron and Steel" is defined as the year in which the export of the maximum. In 2015 had been determined as top export commodity group "Plastics and Products" minimum export commodity group "Mineral Fuels and Oils".

Throughout this period is identified export commodity groups year of the maximum is determined as 2007. The share of total exports to Bulgaria commodity groups determined it was in 2006 30% and in 2015 27%.

Figure 6: Import commodity groups 2006-2015



Source: TUIK, data is prepared with compilation.

It is discussed that commodity groups dealt with in the previous period for Turkey's imports from Bulgaria during 2006-2015. From this period, data obtained by the results figure above. Top imported commodity groups was in 2006 "Copper and Commodities from Copper", minimum imported the commodity group was “Electric Machinery and Equipment ". In 2009, the global crisis affecting identified commodity group became minimum level.

From 2009 until 2012 imports is increasing a logarithmic form. The year 2012 is the moment when a maximum of Turkey's imports. In this period and in the following periods most imported commodity groups was identified as "Mineral fuels and oils". Total imports of specified commodity group from the share of total imports from Bulgaria was as determined 64% in 2006 and in 2015 71%.

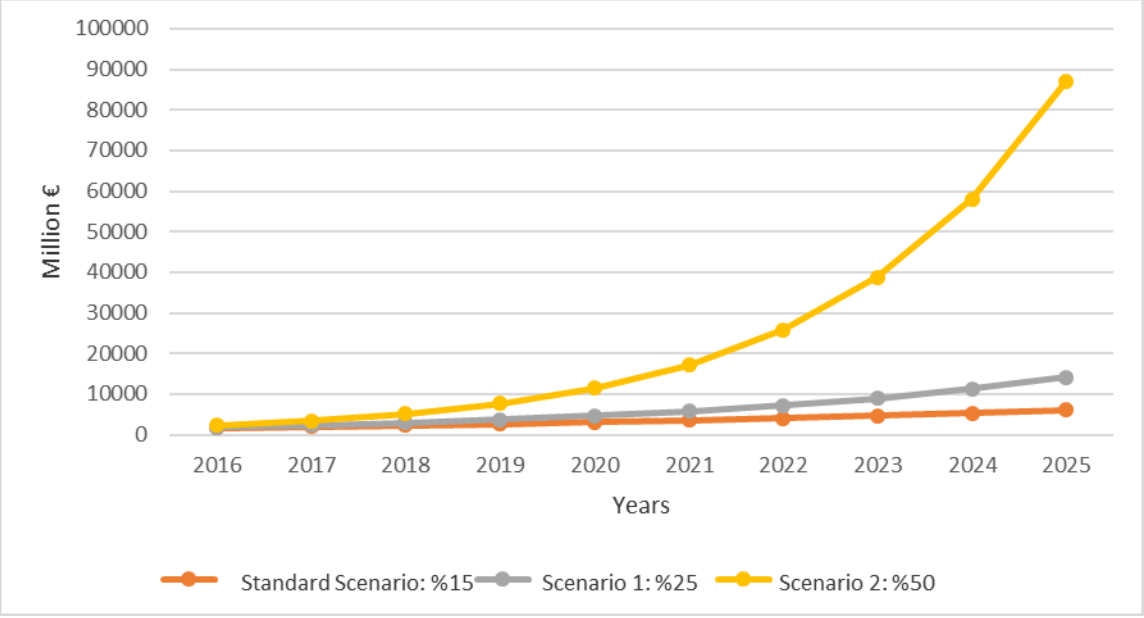
2. The Future Of Our Trade Relations Bulgaria and Turkey

Our neighbors that we have mutual historical and cultural heritage of Bulgaria and she has a very important strategic geographical location in Balkans. Bulgaria is very important country in terms of Turkey. Economic relations between both countries developed with Bulgaria’s EU members in 2007 and NATO members in 2004.

We reviewed from 1996 to 2015 in the previous two parts of the study. In these periods increased by slowly trade volume between the two countries.

In the future between both countries considering other terms of changes in import and export as standard, in following period from 2015, defining as annual increased amount of 15%, 25% and 50% prepared 3 different scenario for the future:

Figure 7: 2016-2025 Period of Bulgaria Export Prediction Figure



Source: TUIK, data is prepared with compilation.

**Standard Scenario: Turkey's exports to Bulgaria from 1996 until 2015 it is calculated assuming that the arithmetic average of the annual growth calculated as 15% of its exports and this increase in future periods is calculated assuming an annual increase of 15%.*

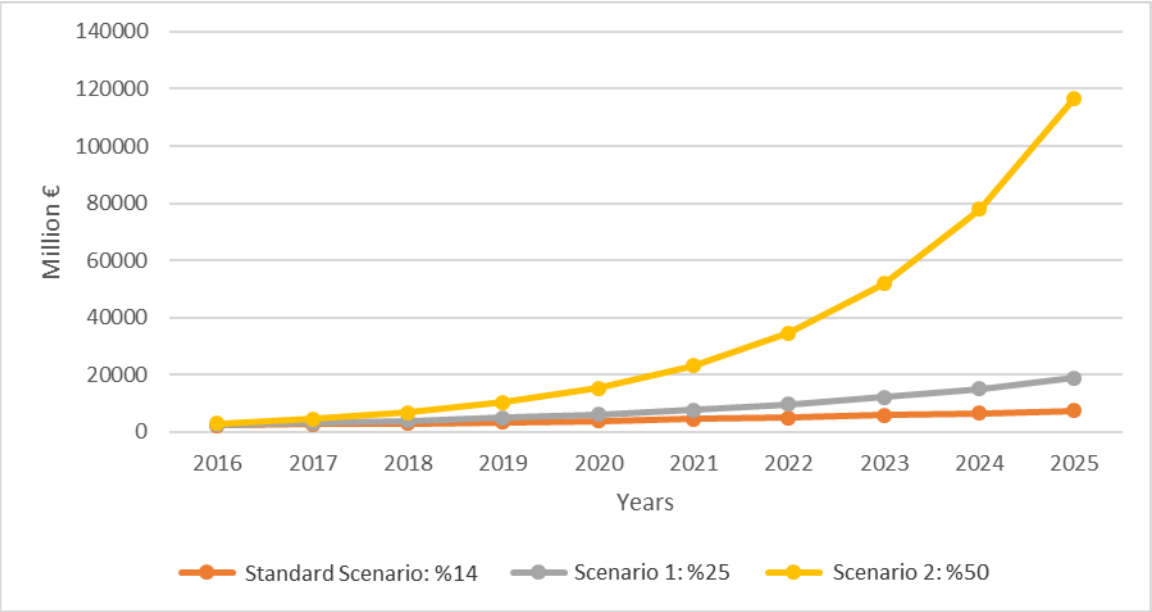
***Scenario 1: Turkey's exports to Bulgaria with annual growth rate of 25% between 2016-2025 were estimated.*

****Scenario 2: It is estimated that Turkey's exports to Bulgaria as a potential top limit 50% with growth rate between 2016-2025.*

The figure is shown "standard scenario" in orange, "Scenario 1" in gray and "Scenario 2" in yellow. If Turkey's will occur in the next 10 years of 15% annual increase in exports to Bulgaria, it is expected to arrive 6.1 billion €

in 2025. Turkey's exports to Bulgaria assuming that the potential top limit 50% which is top limit of the estimated potential annual growth rate, there is probability to Turkey's exports will reach up 87.14 billion € in 2025.

Figure 8: 2016-2025 Period of Bulgaria İmport Prediction Figure



Source: TUIK, data is prepared with compilation.

**Standard Scenario: Turkey's imports to Bulgaria from 1996 until 2015 it is calculated assuming that the arithmetic average of the annual top calculated as 14% of its imports and this increase in future periods is calculated assuming an annual increase of 14%.*

***Scenario 1: Turkey's imports to Bulgaria with annual growth rate of 25% between 2016-2025 were estimated.*

****Scenario 2: It is estimated that Turkey's imports to Bulgaria as a potential top limit 50% with growth rate between 2016-2025.*

The figure is shown "standard scenario" in orange, "Scenario 1" in gray and "Scenario 2" in yellow. If Turkey's will occur in the next 10 years of 14% annual increase in imports to Bulgaria, it is expected to arrive 7.5 billion € in 2025. Turkey's imports to Bulgaria assuming that the potential top limit 50% which is top limit of the estimated potential annual growth rate, there is probability to Turkey's imports will reach up 116.7 billion € in 2025.

“Figure 7 "and" Figure 8 "in case of occurrence of the predicted scenarios, we analyze changes in foreign trade volume between the two countries:

It is estimated that in case of occurrence of Standard scenario, foreign trade volume will reach %13.6 billion €. In case of occurrence of scenario 1 which estimated annual growth rate of 25% in foreign trade between countries trade volume will reach %32.8 billion €. In case of occurrence of scenario 2 which estimated potential top limit *50%* in foreign trade between countries trade volume will reach 203.8 billion €.

Another future expectation of trade between two countries is expected to increase the foreign investors in the countries that it considered under the principle of geographical proximity. Bulgaria, with the proximity to the trade center in Turkey, has an advantageous position compared to other countries. This position will provide strategic investors. Due to Bulgaria's is EU members, Turkish investors can enter the EU and she plays a role as a bridge.

Turkish investors having direct and indirect investment in Bulgaria they will be more effective in the EU market in period that until Turkey's membership to EU. It is expected to increase progressively the number of Turkish investors in Bulgaria in next periods.

Conclusion

Turkey and Bulgaria have mutual historical and cultural heritage. Strategic position, geographic proximity and good neighborly relations revealed the natural economic and trade relations. Trade relations between both countries developed with became Bulgaria's EU members. Bulgaria for Turkey is an important bridge outgoing to European Union.

Turkey and Bulgaria's economic relations were examined in 1996-2005 and 2006-2015 periods in the first part of the study. Turkey's exports increased logarithmically, but imports is increased slowly in period from 1996 to 2005. Economic relations between both countries developed with Bulgaria's NATO members in 2004 and export and import between two countries reached top level in 10 years period in 2005. We analyze in terms of import coverage ratio of exports between the two countries export imports coverage ratio is top level in 2005. In 1996, the export imports coverage ratio increased to 99% from 43% in 2005. When we analyze economic relations between the 2006-2015 period, the most important development in this period is, Bulgaria was an EU member in 2007. Economic relations between both countries developed with Bulgaria's EU member. After 2007, global crisis affects appeared in 2009 between two countries foreign trade reached to the lower limit of this period in 2009. In the period from 2009 until 2015 import and export increased slowly. In 2006 export imports coverage ratio of 94%, this ratio is calculated as 74% in 2015.

In the second part of the study it is estimated 2016-2025 period future of commercial relations between the countries. For acquiring these data, three different scenarios are estimated. In the standard scenario countries import and export data from the 20-year average annual growth rate is calculated, it is estimated increase the average growth rate of exports and imports in the next 10 years. In scenario 1 the annual growth rate of the countries is estimated 25%. In scenario 2 it is estimated that import and export maximum limit the potential annual growth rate of countries is 50%. It is estimated that in case of occurrence of Standard scenario, foreign trade volume will reach %13.6 billion €. In case of occurrence of scenario 1 which estimated annual growth rate of 25% in foreign trade between countries trade volume will reach %32.8 billion €. In case of occurrence of scenario 2 which estimated potential top limit *50%* in foreign trade between countries trade volume will reach 203.8 billion €. It is concluded that if pursuing the right policies with the principle of "win-win" on trade between two countries, the volume of trade now is 3.5 billion € and it will be reach 203.8 billion € between them in 2025.

References

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı. http://ab.gtb.gov.tr/uluslararasi-orgutler/dunya-ticaret-orgutu

Konya Ticaret Odası. (2008). Bulgaristan Cumhuriyeti Ülke Raporu.

Seyidoğlu, H. (2009). Uluslararası İktisat. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Sofya Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği. (2015). 101 Soruda Bulgaristan'a Ticaret ve Yatırım. Sofya.

TUİK. Turkey-Bulgaria Export-Import, biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/menu.zul

TUİK. Turkey-Bulgaria Export-Import Commodity Group, https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/disticaret.zul?param1=21&param2=4&sitcrev=0&isicrev=0&sayac=5802

Türk Bulgar Ticaret ve Sanayi Odası. http://www.tbcci.bg/index.php?option=com_content&view=article&id=120&Itemid=161&lang=tr

Türkiye Cumhuriyeti Dış İşleri Bakanlığı. http://sofya.be.mfa.gov.tr/ShowInfoNotes.aspx?ID=121507

ABSTRACTS

Küreselleşme Kıskacında Zorunlu Arabuluculuk

Abdüssamed KETEN[1] **Arş. Gör. Ali İhsan BALCI[2]**

[1]İstanbul Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü Doktora Öğrencisi, abdussamedketen@gmail.com

[2]İstanbul Üniversitesi / İktisat Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, abalci@istanbul.edu.tr

Özet: Küreselleşme süreci ülkeleri ekonomik, sosyal ve siyasi yönden etkilemektedir. Küreselleşme kimi bilim adamlarına göre ülkelerin ekonomik gelişim seviyesini artırması ve yeni iş fırsatları yaratması bakımından olumlu şekilde karşılanırken; kimi düşünürlere göre ise yoksulluğu, işsizliği artırması, ülkelerin ekonomik olarak birbirine bağımlı hale gelirken yerel iş piyasalarında ise bireyselleşme eğilimlerini artırması, hukuk kurallarını esnekleştirmesi kısacası ekonomik liberalleşmenin adeta devlet politikası haline dönüşmesine baskı yapması bakımından eleştirmektedirler.

Küreselleşme sürecinin en önemli kurumlarından biri olan çok uluslu şirketler ise üretim için yatırım yapacağı ülkeleri seçerken iş hukukunun esnekliği, işgücünün yapısı ve ekonomik avantajlar gibi çeşitli faktörlere dikkat etmektedirler. Böylece ülkelerde çok uluslu şirketlerin yatırımlarını ülkeye çekebilmek adına bazı esneklik uygulamalarına gitmektedir. Nitekim özellikle son yıllarda Türkiye'nin iş hukuku kurallarının katı olduğu üzerine ciddi eleştiriler yapılmaktadır. Türk hukuk mevzuatı uygulamada yetersiz kaldığı baskılarını gidermek amacı ile "Hukuk muhakemeleri kanununu ve iş mahkemeleri kanununu" değiştirmiştir. Bu noktada en çok zorunlu arabuluculuk kavramı dikkat çekmektedir. Kavram gerek yeni bir kavram olması gerekse esneklik uygulamaları neticesinde ortaya çıkması fakat "zorunlu" ifadesi ile gönüllülük ilişkisini ortadan kaldırması bakımından dikkat çekmektedir. Dolayısı ile çalışmanın temel amacı da bu şekilde ortaya çıkmaktadır. Çalışma zorunlu arabuluculuk kavramını merkeze alarak kavramın ne ifade ettiğini bireysel ve toplu iş hukukuna etkilerini bütün yönleri ile ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Arabuluculuk, Zorunlu Arabuluculuk, Küreselleşme, İş Hukuku.

Cumhuriyet Dönemi Dış Ticaret Politikalarının Kuramsal Açıdan Değerlendirilmesi

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Yağmur ERSOY[1] **Nihal ŞOLPAN[2]**

[1]Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret, ayersoy@sakarya.edu.tr

[2]Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, nihal_solpan@hotmail.com

Özet: Günümüz küresel ekonomisinde ülkelerin dış ticaret yapısı aynı zamanda ekonomik gelişmişlik düzeyinin göstergesi niteliğini taşımaktadır. Dış ticaret, ülke içerisinde ortaya çıkan arz fazlasını yurtdışına pazarlamak ve iç pazarda üretilemeyen ya da daha ucuza bulunacak malları yurtdışından satın alma imkânı verme işlevini de üstlendiğinden ülkelere büyüme ve kalkınma açısından avantaj sağlamaktadır. Dünya ülkeleriyle bütünleşmenin sağlanmasında önemli bir unsur olan dış ticarette devletler, kendi çıkarlarını korumak amacıyla sınırlandırıcı ya da teşvik edici tedbirler de alırlar. Bu bağlamda ele alındığında bu çalışmanın temel amacını cumhuriyet dönemi dış ticaret politikalarının kurumsal açıdan değerlendirilmesi oluşturmaktadır. Bu amaçla, Türkiye'nin dış ticaret politikaları 1923'ten günümüze kadar incelenerek uluslararası dış ticaret teorileri ile uyumlu olup olmadığı incelenmiştir.

Bu araştırmada, Türkiye'de cumhuriyetin ilanından itibaren uygulanan dış ticaret politikalarının, ana akım dış ticaret kuramları ile uyum gösterip göstermediği incelendiğinden; araştırma, derinlemesine literatür taraması yöntemi kullanılarak konu ile ilgili daha önce oluşturulmuş yazılı kaynaklar (kitap, makale, tez vb.) ve internet kaynaklarından yararlanılarak gerçekleştirilmiştir. Ayrıca araştırmada ikincil verilerden yararlanılarak betimsel istatistikler yardımıyla dış ticaret açısından dönemsel karşılaştırmalar yapılmıştır.

Araştırmanın sonuçları, Türkiye'nin dış ticaret politikalarının 1923 yılından 1980 yılına kadar devletçilik yoluyla içe dönük sanayileşme, ithal ikamesine yönelirken 1980 sonrasında ise liberal politikalar izleyerek küreselleşmeye yönelen ihracata dayalı bir politika izlediğini ortaya koymaktadır. Türkiye'nin dış ticaret politikasına bir bütün olarak bakıldığında mukayeseli üstünlüklerinde yapısal değişiklik gösterdiği ve emek yoğun ürün ihracatı konumunda iken sermaye yoğun ürün ihracatı yapan ülke konumuna ulaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dış Ticaret, Dış Ticaret Kuramları, Dış Ticaret Politikaları, Türkiye

A Theoretical Assessment Of Foreign Trade Policies In Republic Era Of Turkey

Abstract: Foreign trade structure of nations is an indicator of their development level in current global economic system. Foreign trade provides nations a significant advantage for growth and development as it enables them to market local surplus to foreign countries and resort to foreign markets to purchase goods they cannot produce at local markets or find cheaper products. Nations might resort to restrictions or incentives for their own benefits in foreign trade which plays a key role in global integration. In this context, main goal of this study is to assess republic era foreign trade policies from a theoretical point of view. For this purpose, Turkey's foreign policies since 1923 and their consistency with international foreign trade theories have been studied.

As this study deals with consistency of Turkish republic era foreign trade policies with mainstream foreign trade theories, it was carried out with previous written sources (books, articles, dissertations etc) and internet resources with a comprehensive literature review. The study also gives place to periodical comparisons of foreign trade with the help of descriptive statistics from second hand sources.

Study results reveal that Turkish foreign trade policies focused on inward industrialization, import substitution through statism from 1923 to 1980 and the country followed an export-based policy focused on globalization through liberal policies after 1980. Viewing Turkish foreign trade policy as a whole, it was concluded that it went through a structural change in comparative advantages and turned from labour intensive commodity exporter into a capital-intensive commodity exporter.

Key Words: Foreign Trade, Foreign Trade Theories, The Republic of Turkey

Otizm Spektrum Bozukluğu Olan Çocuklarda Oyunun Dil Gelişimi Üzerindeki Etkisi: Derleme

Araş. Gör. Dr. Aynur GICI VATANSEVER[1]

[1]Trakya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Özel Eğitim Bölümü, aynurgvatansever@trakya.edu.tr

Özet: Normal gelişim gösteren çocuklarda olduğu gibi Otizm Spektrum Bozukluğu (OSB) olan çocuklar da oyun oynayarak pek çok şeyi öğrenebilmektedirler. Oyun sayesinde çocukların motor, sosyal-duygusal, bilişsel ve dil gelişimleri desteklenir çünkü oyun çocukların bu gelişim alanlarına ilişkin etkileşim ortamı oluşmasına olanak sağlamaktadır. Alanyazındaki pek çok çalışma dil gelişiminin OSB'li çocuklarda diğer gelişim alanlarına göre en yavaş gelişen hatta bazen ilerleme gözlenemeyen gelişim alanı olduğunu belirtmekte ve oyunun dil gelişimine önemli katkıları olduğunu eklemektedir. OSB'li çocuklar, oyun etkinlikleri esnasında yetişkin veya akranlarıyla iletişim kurmak, isteklerini, ihtiyaçlarını, duygu ve düşüncelerini ifade etmek için alıcı ve ifade edici dil becerilerini kullanmaktadırlar. Ayrıca oyunlardaki paylaşımlar sayesinde yeni sözcüklere yönelik farkındalık geliştirmekte ve karşılıklı konuşma kurallarını öğrenmektedirler. Bunlardan hareketle, OSB'li çocukların dil gelişimlerinin desteklemeye yönelik olarak araştırmacılar tarafından oyun temelli uygulamalar ortaya koymuşlardır. Bu çalışmanın amacı OSB tanısı almış olan çocukların dil gelişimlerinde oyunun etkisini ortaya koymak ve alanyazındaki oyun temelli uygulamaları tanıtarak, yapılmış çalışmalardan örnekler sunmaktır.

Anahtar Kelimeler: Otizm Spektrum Bozukluğu, Oyun, Dil Gelişimi

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Öz-Yeterlik Algılarının İncelenmesi: Edirne Örneği

Araş. Gör. Dr. Aynur GICI VATANSEVER[1] **Araş. Gör. Zekiye Hande YILMAZ[2]**

[1]Trakya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Özel Eğitim Bölümü, aynurgvatansever@trakya.edu.tr

[2] Trakya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Özel Eğitim Bölümü, zhandeunal@trakya.edu.tr

Özet: Özel gereksinimli çocukların eğitiminde çok farklı uzmanlık alanından oluşan bir ekip bulunmaktadır ve özel olarak yetiştirilmektedir (Cavkaytar, 2015). Bu ekibin içindeki en önemli personel ise şüphesiz ki özel eğitim öğretmenidir. Özel eğitim öğretmenleri üniversitelerin özel eğitim öğretmenliği / zihin engelliler öğretmenliği bölümlerinden mezun olmuş, özel eğitim ve özel gereksinimli bireylerin eğitimi alanında uzmanlaşmış kişilerdir. Öğretmen öz yeterlik algısı, genel olarak öğretmenin sahip olduğu becerilerle öğrencide istenen sonuçları oluşturup oluşturamayacağına ilişkin yargısını ve eğitim hedeflerine ulaşmak için planlama, düzenleme, etkinlik hazırlama gibi konularda kendi yeteneği hakkındaki inancını ifade etmektedir. İlk kez Bandura tarafından Sosyal Öğrenme Kuramı'nda incelenen öz yeterlik kavramı belirlenen düzeyde öğrenme ve becerileri gerçekleştirme yeteneğine ilişkin kişisel inançtır. Öğretmen öz yeterlik algısı, genel olarak öğretmenin sahip olduğu becerilerle öğrencide istenen sonuçları oluşturup oluşturamayacağına ilişkin yargısını ve eğitim hedeflerine ulaşmak için planlama, düzenleme, etkinlik hazırlama gibi konularda kendi yeteneği hakkındaki inancını ifade etmektedir. Öğretmenlerin öz-yeterlik algılarının yüksek olması öğretmenlerin yeni fikirlere yönelik esnek olduklarını ve öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılamak için her türlü yeni yöntemleri öğrenip denemeye istekli olduklarını göstermektedir. Özel eğitime ihtiyaç duyan bireylerin eğitiminde en önemli öğe şüphesiz ki özel eğitim programının uygulayıcısı ve sürecin değerlendiricisi olan öğretmenlerdir. Özel eğitim öğretmenlerinin öz yeterliklerine yönelik algılarının belirlenmesinin, öğretmenlerin daha etkili ve verimli çalışabilmeleri ve dolayısıyla özel gereksinimli bireylere sunacakları eğitimin daha kaliteli olması açısından önemli olduğu ve incelenmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir.

Bu araştırmada özel eğitim öğretmenlerinin öz-yeterlik algılarının çeşitli değişkenler (örn., cinsiyet, yaş, lisans mezuniyet alanı, eğitim durumu, mesleki kıdem) açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Tarama modelinin kullanıldığı bu araştırmanın katılımcıları Edirne il merkezindeki özel eğitim okullarında çalışmakta olan özel eğitim öğretmenleridir. Çalışmada veri toplama aracı olarak Gibson ve Dembo'nun (1984) geliştirdiği, Guskey ve Passaro'nun (1994) yeniden gözden geçirdiği ve Diken'in (2004) Türkçe'ye uyarladığı Öğretmen Yeterlik Ölçeği (Teacher Efficacy Scale) kullanılmıştır. Öğretmenlere ilişkin demografik bilgiler ise Kişisel Bilgi Formu ile elde edilmiştir. Sonuçlar SPSS istatistik programı ile değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucuna göre özel eğitim öğretmenlerinin kendi öz-yeterlik algılarının belirlenmesinde, öğretmenlerin mezun oldukları lisans programı ve eğitim durumları belirleyici olmaktadır. Özel eğitime ihtiyaç duyan bireylerin eğitiminde en önemli unsur özel eğitim programının uygulayıcısı ve sürecin değerlendiricisi olan öğretmenlerdir. Türkiye'deki özel eğitim öğretmeni sayısını artırmak amaçlı yapılan usta öğretici kurslarının teorik ve pratik ders saatlerinin artırılması ve niteliksel olarak iyileştirilmesi, özel eğitim öğretmenlerinin farklı branşlardan gelmeleri durumunda özyeterlik algılarının artmasını destekleyeceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Özel Eğitim Öğretmenleri, Öz-yeterlik Algısı, Öğretmen Yeterliği

TFRS 9 Kapsamında Riskten Korunma Muhasebesi İçin Gerekli Kıstasların İncelenmesi

Dr.Öğr.Üyesi Ayşe Atılgan Sarıdoğan[1]

[1]İstanbul AREL Üniversitesi, UBYO, Muhasebe ve Finans Yönetimi Bölümü, ayseatilgansaridogan@arel.edu.tr

Özet: Dünya ve Türkiye ekonomisindeki dalgalanmalar ve krizler işletmelerin mali bünyeleri üzerinde önemli riskler oluşturmaktadır. İşletmeler mali bünyelerine etki edecek dahası zarar verecek kriz ve dalgalanmalar başta olmak üzere diğer kayıp risklerini doğru bir şekilde sınıflaması, ölçümlemesi, değer düşüklüklerini hesaplayıp modellemesi gerekmektedir. Bu bağlamda, TFRS 9 finansal araçlar standartı, finansal tablo kullanıcılarına işletmenin gelecekteki nakit akışlarının tutarını, zamanlamasını ve belirsizliğini değerlendirmeleri için ihtiyaca uygun ve faydalı bilgiyi sunacak şekilde finansal varlıklara ve finansal yükümlülüklere ilişkin finansal raporlama ilkelerini belirlemeyi hedeflemiştir. Çalışmamızda, TFRS 9 kapsamında riskten korunma muhasebesi için gerekli kıstaslar incelenmiştir. Çalışmada ulaşılan temel sonuç, işletmelerin içinde bulundukları ekonomik çevreden kaynaklanan riskleri doğru çözümlemeleri, modellemeleri, doğru bir şekilde muhaseleştirerek mali tablolarına yansıtmalarının işletmenin sürdürülebilirliği ve yatırımcıların korunması için büyük önem arzettiği şeklindedir.

Anahtar Kelimeler: Riskten Korunma Muhasebesi, TFRS 9, Finansal Raporlama

Antifungal Properties of Some Essential Oils Against Saccharomyces Cerevisiae

Bachir Raho G[1] Bevilacqua A[2] Corbo MR[2] Sinigaglia M[2] Pignatiello S[2]

[1]Process Engineering and solution chemistry laboratory, Department of Biology, University of Mascara, Algeria.bachir_raho@yahoo.fr

[2]Department of Food Science, Faculty of Agricultural Science, Foggia University, Italy.

Abstract: In order to evaluate the antifungal activity of four essential oils against *Saccharomyces cerevisiae in vitro*, four commercial essential oils extracted from *Thymus vulgaris*, *Echinacea Angustifolia*, *Rosmarinus officinalis* and *Salvia officinalis* were tested at three different concentrations (10, 50 or 100 ppm) for their antimicrobial activity against *Saccharomyces cerevisiae* using well diffusion method. *S. cerevisiae* was least susceptible to the essential oils. The diameter of zone inhibition ranged between 0 and 3 mm. *E. angustifolia*, and *R. officinalis* oils appeared to be the most active, while *T.vulgaris* and *S. officinalis* oils exhibited most weak antifungal activity against *S. cerevisiae.* These findings increase the possibility of exploiting these essential oil as a safe alternative natural preservative.

Keywords: essential oils; antifungal activity; *S. cerevisiae*

Antimicrobial activities of some Medicated Soaps used by Mascara city Residents in Algeria

Bachir Raho Ghalem[1]

[1]Process Engineering and solution chemistry laboratory, Biology department - Mascara University – Algeria, 00213771063841 - bachir_raho@yahoo.fr

Abstract: Medicated soaps for external uses are necessary to avoid related infections or diseases caused by some microorganisms. In the present study, four medicated soaps: Dettol, Protex, Dermoviva, and AB+ were investigated for their antimicrobial activities against *Staphylococcus aureus*, *Pseudomonas aeruginosa*, *Escherichia coli*, *Salmonella sp* and *Candida albicans*. Marseille soap was used as control. The antimicrobial effectiveness of selected medicated soaps was determined using paper disc and well methods. Soaps tested in the present research work showed varied levels of activity against the tested microbes. Among them, AB+ was the most active product, while Protex showed the lowest activity against the tested organisms' species.

Key Words: medicated soaps, antimicrobial activity, microorganisms

Muhasebe Büro Elemanlarının Mesleki Becerilerinin İncelenmesine İlişkin bir Araştırma

Bekir DEĞİRMENCİ[1]

[1] Adiyaman University, bdegirmenci@adiyaman.edu.tr

Özet: Günümüz iş dünyasında teknolojinin baş döndürücü hızla gelişmesi, değişim, gelişim, yenileşme gibi hareketler ve rekabetin yoğun yaşandığı iş dünyasında nitelikli çalışanlara olan ihtiyaç her geçen gün artmaktadır. Küreselleşmeyle beraber kalite anlayışı iş hayatına hâkim olmaya başladığı gibi bu gelişme hem çalışanlar, hem de müşterilere yönelik memnuniyet beklentilerine zemin hazırlamıştır. Sanayi öncesi dönemde üretim odaklı bir anlayış hâkimken bugün tüketim odaklı bir anlayış iş piyasasının ana felsefesi olmuştur.

Müşterisine kaliteli hizmet sunmak çalışanların işle ilgili nitelikleri ve onların işe motive edilmesiyle doğruda ilişkilidir. Bu bağlamda iş yerinde çalışan elemanların işe alım sürecinde işin gerekleri göz önünde bulundurularak değerlendirme yapılması, aynı zamanda işi bilen çalışanların maddi ve manevi motivasyon araçlarıyla güdülenmesi verimlilik ve etkinlik açısından oldukça önemlidir.

Muhasebe bürolarında çalıştırılan elemanlar işe alınırken muhasebe bilgisi, bilgisayar kullanma yeteneği gibi mesleki yeterlilik düzeyleri önemsenmesi gerektiği gibi, iletişim becerisi, ikna yöntemlerini bilmesi, ahlaki değerlerle işine odaklanması önemli manevi unsurlar olarak göze çarpmaktadır. Mesleğin gerektirdiği bilgilere hâkim, iletişimi güçlü, insanlarla barışık, her türlü hata ve hileden arınmış, kendini işine adamış, alanıyla ilgili mesleki yayınları takip eden, teknoloji kullanımı konusunda kusursuz, belge akışı trafiğini başarıyla yürüten büro çalışanları mesleğin ivme kazanması açısından oldukça önemlidir. Bu çalışmanın amacı; muhasebe büro elamanlarının yeteneklerinin tespitinin hangi nitelikler bağlamında ortaya konulmasını hedeflemiştir.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe Kavramı, Muhasebe Eğitimi, Mesleki Nitelikler.

A Research on the Examination of Professional Skills of Accounting Office Staff

Abstract: In today's business world, the need for qualified employees is increasing day by day in the business world where technology develops rapidly, moves such as change, development, innovation and competition is intense. Along with globalization, understanding of quality has started to dominate the business life, and this development has laid the foundation for expectations for employees and customers. A preoccupation with a production-focused understanding in pre-industrial times has become the main philosophy of the labor market with an understanding of consumer-focused today.

Providing quality service to the customer is directly related to the qualifications of the employees and their motivation to work. In this context, it is very important in terms of productivity and efficiency that employees are assessed by taking into account the requirements of the job in the recruitment process of the employees and at the same time motivated the employees who know the job with the material and spiritual motivational tools.

While the members employed in the accounting departments are recruited, their professional competence levels such as accounting knowledge and computer literacy skills should be emphasized. Communication skills, knowing persuasion methods, focusing on business with moral values are seen as important spiritual elements. It is very important for the clerk of the office to gain the impetus for the clerk who has good communication, strong communication, peaceful people, free from all kinds of mistakes and delusions, devoted to his work, following professional publications related to his field, The purpose of this study is; aims to reveal the qualifications of the accounting office staff in determining the capabilities of the employees.

Keywords: Accounting Concept, Accounting Education, Professional Qualifications.

Toplumsal Cinsiyet Olgusunun Mesleki Eğitim ve İş Yaşamı Tercihlerinde Etkisinin İncelenmesine Yönelik bir Araştırma

Bekir DEĞİRMENCİ[1]

[1] Adiyaman University, bdegirmenci@adiyaman.edu.tr

Özet: İnsanlık tarihi boyunca cinsiyet kalıpyargılarının aile içi iş bölümünde kadının daha çok doğurganlık özelliği, duygusallığı ve fiziksel açıdan hassas olması gibi özelliklerinden ötürü erkeklere göre daha zayıf olduğu, erkeklerin düşünsel ve pratik yeteneklerinin karşı cinse göre daha üstün olduğu şeklinde inanç varlığını sürdürmüştür. Toplumsal yaşamı doğrudan etkileyen kalıpyargı ve geleneksel rol algıları günümüzde sosyal teori, politika ve felsefenin önemle üzerinde durduğu konulardan biridir. Toplumsal cinsiyet rolü, kadın ve erkek arasındaki biyolojik farklılıkların ötesinde toplumsal, kültürel ve psikolojik farklılıklara işaret etmektedir. Toplumsal cinsiyet olgusu toplumun kişiyi cinsiyete göre nasıl gördüğü, nasıl algıladığı, nasıl düşündüğü ve ondan nasıl ve ne şekil davranışlar sergilemesi gerektiğiyle ilgilenmektedir.

Toplumsal cinsiyete yönelik yapılan birçok çalışmada kadın ve erkek rolleri arasında önemli uçurumlar olduğu ve kadınlar aleyhine olumsuz bir tutum sergilendiği ortaya konulmuştur. Tarihin gelişimi içerisinde işbölümüne dayanan bu eşitsizlik hali giderek üretim araçlarının sahipliği ve savaş yeteneklerine bağlı olarak şekillenmiş ve bugün erkek egemenliği ya da ataerkillik olarak ifade edilen niteliğe kavuşmuştur. Ataerkil aile yapısında kadınlar ikinci planda tutulduğu gibi eğitim hakkı ve çalışma özgürlüğü gibi birçok yaşamsal aktiviteden yoksun bırakılmıştır. Eğitim alanında cinsiyet ayrımcılığına yönelik yapılan çalışmalar göstermiştir ki kadınlar aile ve iş hayatında olduğu gibi eğitim hayatında da ikinci plana itilmiştir. Bu noktadan hareketle kadınlara yönelik ayrımcılığın ortaya konması ve bu sorunun çözüm önerilerine ilişkin neler yapılabileceği bu çalışmanın ana konusu olmuştur. Eğitim kurumlarının kadın konusunda en büyük hassasiyetin gösterilmesi ve toplumsal eşitliğin sağlanmasında önemli kalelerden birisi olması beklenmektedir. Eğitim kurumları eşitsizliği yayan değil toplumsal huzurun sağlanmasında en kilit rol oynaması gereken birimler haline gelmesi gerekmektedir. Toplumsal cinsiyetle ilgili yapılan araştırmaların ele alındığı bu çalışmada toplumsal cinsiyet rollerinin kadın ve erkeklere ne tür sorumluluklar yüklendiği ve eşitlikçi toplumsal yapıya kavuşmada karşılaşılan problemler ve çözüm önerileri üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal Cinsiyet, Eğitim, Meslek Seçimi.

A Study on the Investigation of the Effect of Gender on Vocational Education and Job Life Preferences

Abstract: Throughout the history of mankind, gender stereotypes have maintained the belief that men's intellectual and practical abilities are superior to counter geniuses in that they are weaker than men because of their fertility, emotional and physical vulnerability in the domestic work segment. The stereotypical and traditional role perceptions that directly affect social life are one of the issues that social theory, politics and philosophy now emphasize. The gender role points to social, cultural and psychological differences beyond the biological differences between men and women. The gender issue is concerned with how society sees, perceives, thinks, and behaves in a way that sees the person according to sex.

It has been shown that there are significant gaps between male and female roles in many studies conducted for social sex and negative attitude towards women. This state of inequality, which is based on division of labor in the development of history, has gradually been shaped by the ownership of the means of production and the capabilities of the war, and today it has met the character expressed as male sovereignty or patriarchy. In the patriarchal family structure, women are deprived of many vital activities such as right to education and freedom of work as they are held on the second plenary. Studies on gender discrimination in the field of education have shown that women are in the family and business life as well as in the educational life. It is the main theme of this study that the discrimination against women with this point of departure can be revealed and what can be done about the suggestions for solution of this problem. It is expected that educational institutions will be one of the important qualities in showing the greatest sensitivity to women and ensuring social equality. Educational institutions should become units that should play a key role in ensuring social peace, not spreading inequality. In this study, which deals with gender-related researches, it is emphasized what kind of responsibilities gender roles place on women and men, and suggestions for solutions and problems in the achievement of egalitarian social structure.

Keywords: Gender, Education, Career Choice.

1989 Zorunlu Bulgaristan Göçü: Şirinköy Örneği

Öğr. Gör. Coşkun BORLAT [1] **Dr. Öğr.Üyesi Olkan SENEMOĞLU [2]**

[1] Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi / Biga Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon, Yerel Yönetimler, coskunborlat@comu.edu.tr

[2] Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi / Siyasal Bilgiler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, olkansenemoglu@comu.edu.tr

Özet: Bulgaristan Devleti'nin uzun süredir benimsemiş olduğu "Tek bir ulus yaratma" ideolojisi doğrultusunda ortaya çıkan asimilasyon politakaları, ikinci dünya savaşı sonrasında kendini daha çok hissettirmeye başlamıştır. Seksenli yılların sonuna doğru değişen rejim ile birlikte Bulgar hükümetinin yürüttüğü asimilasyon politakaları daha da katılaşmıştır. Bulgaristan hükümetinin baskıcı yaptırımlarına maruz kalan Bulgaristan Türkleri çeşitli yollarla tepkilerini ortaya koyarak Bulgar hükümetine karşı direniş göstermişler, ancak karşılığında daha da baskıcı bir tutumla karşılaşmışlardır. Bu durum; tarih sahnesinde büyük göç olarak da anılan 1989 Zorunlu Göçün gerçekleşmesine neden olmuştur. Bulgaristan'dan Türkiye'ye zorunlu olarak gerçekleşen bu kitlesel göçün günümüze yansımalarının olduğu göz önüne alındığında, çalışmanın önemi de ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda ortaya konulan araştırmanın konusunu, 1989 zorunlu göçü oluşturmaktadır. Bu çalışmanın kavramsal çerçevesini, 89 Zorunlu Göçünün; tarihsel süreci süreci oluşturan etmenler, göçün dini, siyasi ,ekonomik ve sosyo-kültürel boyutları oluşturmaktadır. Çalışmaya ait veriler, derinlemesine mülakat tekniği kullanılarak Çanakkale'nin Gökçeada İlçesine bağlı Şirinköy'üne yerleştirilen Bulgaristan göçmenleriyle gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda elde edilmiştir. Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler literatür ile karşılaştırmalı olarak ele alınmış, bu sayede literatürün göçmenlerin deneyimleri ile ne derece örtüştüğünün tespit edilmesi de amaçlanmıştır. Bu anlamda çalışmanın alana katkı sağlayacağı ve bu alanda gelecekte yapılacak olan çalışmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Göç, Zorunlu Göç, Bulgaristan Türkleri, Bulgaristan, 1989 Zorunlu Göçü

Türkiye'nin Balkan Politikası Çerçevesinde Bosna Hersek-Türkiye İlişkileri

Dr. Demet Şenbaş

Özet: Balkanlar uzun süre Osmanlı hakimiyetinde kalmış bir bölgedir. Osmanlı döneminde İpek Yolu'nun Avrupa'ya açılan kapısı konumundayken, Yugoslavya'nın dağılmasıyla sayısı 12'ye çıkan bir bölge haline gelmiştir. Gelişmişlik düzeyi bakımından Avrupa'nın gerisinde kalan bölge, Merkez (Kuzey) ve Çevre (Güney) ayrımına göre, Çevre konumundadır. Bunun nedeni küresel ekonomiye katkısının az olmasıdır. Türkiye bu bölgeye komşudur ve geniş tarihsel bir bağı bulunmaktadır. Son yıllarda bölgeye yönelik geliştirilen politikaların bir sonucu olarak bölge ülkeleriyle yoğun bir ticari ve kültürel iletişim söz konusudur. Bölge tarihsel ve kültürel açıdan Türkiye'nin etki alanında yer almaktadır. Bosna-Hersek de bu ülkelerden biridir. Türkiye bölgedeki tarihi misyonuna dayanarak Bosna Hersek savaşı boyunca Bosnalı halkının yanında duran bir politika sergilemiştir. Türkiye'nin bu duruşu Bosna Hersek-Türkiye ilişkilerinde bir mihenk taşı konumundadır.

Anahtar Sözcükler: Bosna, Türkiye, politika, Balkanlar

Abstract: The Balkans was under Ottoman Empire's control for many years. During the Ottoman Empire control, it was a door of Silk Road that opened to Europe, but after the diffusion of Yugoslavia, the number of the states in the region became 12. Development level of those states are at the back of Europe and according to the Center (North) and Periphery (South) differentiation, that region is in the Periphery position. The reason is that, region's contribution to the global economy is in short supply. Turkey is a neighbour of the region and has deep culturel and historical ties. In recent years, as a result of the politics directed to the region, the economical and culturel relations developped. The region is in Tukey's sphere of influence interms of culture and history. Bosnia and Herzegovina is one of those states. Turkey was on the Bosnia side during the Bosnia and Herzegovina War. This policy is a touchstone in the relations between Turkey and Bosnia and Herzegovina.

Key Words: Bosnia, Turkey, policy, Balkans

Lojistik Regresyon Analizinde Bootstrap Yönteminin Uygulanması

Prof.Dr. Dilek Altaş[1]

[1]Marmara Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Ekonometri Bölümü, dilekaltas@marmara.edu.tr

Özet: Son yıllarda matematik, istatistik, fizik, mühendislik, davranışsal ve yaşam bilimlerinde bilgisayara dayalı yöntemler kullanılmaktadır. Bootstrap Yöntemi, tahmincilerin değişkenliklerini tahmin etmek, olasılıkları hesaplamak, güven aralıklarını oluşturmak, tahmincilerin dağılım şeklini veya test istatistiklerini elde etmek ve tahmincilerin asimtotik davranışlarını incelemek için tahmin dağılımlarını belirlemek amacıyla kullanılan bilgisayar çözümüne dayalı bir yeniden örnekleme yöntemidir. Bootstrap yöntemi, Efron tarafından bir başka yeniden örnekleme yöntemi olan Jackknife yöntemine alternatif olarak 1979 tarihinde geliştirilmiş, anakütleyi temsil eden bir örneklemden hareketle alt örneklemlerin seçilmesi esasına dayanan bir yöntemdir. Bu yöntem, standart hatanın hesaplanması ve güven aralıklarının oluşturulması yanında, Regresyon ve Korelasyon Analizinde, Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemlerde, Zaman Serileri Analizinde vs. kullanılmaktadır. Lojistik Regresyon Analizi, bağımlı değişkenin nitel olduğu durumlarda kullanılan çok değişkenli istatistiksel bir analizdir. Bu çalışmada, öncelikle verilere klasik lojistik regresyon analizi uygulanarak, lojistik regresyon modelindeki katsayıların ve odds oranlarının güven aralıkları Bootstrap yöntemi ile elde edilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda, Bootstrap yönteminden elde edilen sonuçların klasik lojistik regresyon analiz sonuçları ile benzer olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Lojistik Regresyon, Bootstrap, Güven Aralıkları.

Dinsel, Dilsel, Etnik ve Kültürel Çeşitlilik Bayan İşgücü Katılımında Önemli midir?: Gelişmekte Olan Ülkeler Örneği

Dr.Öğr.Ü. Eda ÖZEN[1] **Prof.Dr. Cüneyt KOYUNCU[2]**

[1]Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İİBF, İktisat, eda.ozen@bilecik.edu.tr

[2]Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İİBF, İktisat, cuneyt.koyuncu@bilecik.edu.tr

Özet: Ülkeler birbirinden din, dil, etnik ve kültür bağlamında farklılık arz etmektedir. Bu farklılık ülkeler arasında geçerliliğini koruyor iken aynı zamanda bir ülkenin kendi içinde de geçerliliğin sürdürdüğü toplumlar bulunmaktadır. Bir toplumun dinsel, dilsel, etnik ve kültürel mozaiğindeki çeşitlilik doğal olarak o toplumdaki dinler, diller, etnik gruplar ve kültürler arasındaki karşılıklı etkileşimin olmasını sağlar. Bu karşılıklı etkileşimler daha kapalı dinsel/dilsel/etnik/kültürel grupta yer alan bayanların kabuğunu kırıp sosyal, politik ve ekonomik hayatta daha fazla yer almalarına yol açar. Bu mantıktan hareketle çalışmamızda toplumlarda dinsel, dilsel, etnik ve kültürel çeşitliliğin bayanların işgücü piyasasına katılmasında rolünü belirlemeye çalışmaktayız. Gelişmekte olan ülkelere ait 2000-2009 periyodu ortalamalarından oluşan kesit veriler yardımıyla oluşturduğumuz tekli ve çoklu regresyon modelleri üzerinde ampirik analizimizi gerçekleştirdik. Yapılan analizler sonrasında elde edilen tahmin sonuçları bir toplumda dinsel ve etnik çeşitlilik arttıkça o toplumda kadınların işgücüne katılımının arttığını göstermektedir. Diğer taraftan dilsel ve kültürel çeşitlilik açısından herhangi bir istatistiksel olarak anlamlı ilişkiye rastlanmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Dinsel Çeşitlilik, Dilsel Çeşitlilik, Kültürel Çeşitlilik, Etnik Çeşitlilik, Kesit Veri Modeli.

Afrika Ülkelerinde Yoksulluk ve Bayanların İşgücüne Katılımı: Panel Analiz

Dr.Öğr.Ü. Eda ÖZEN[1] **Prof.Dr. Jülide YALÇINKAYA KOYUNCU[2]**

[1]Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi , İİBF, İktisat, eda.ozen@bilecik.edu.tr

[2]Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi , İİBF, İktisat, julide.yalcinkaya@bilecik.edu.tr

Özet: Bir ülkede kadınların işgücü piyasasına katılımını belirleyen çok sayıda sosyal, ekonomik, demografik ve kültürel faktör vardır. Söz konusu bu faktörlerin arasında en belirgin olanlarından biride toplumun yoksulluk düzeyidir. Yoksulluğun yaygın olduğu toplumlarda kadınlar gerek yaşamlarını idame ettirebilmek için gerekse aile bütçelerine katkıda bulunmak amacıyla işgücü piyasasına katılmak zorunda kalabilmektedir. Yoksulluk her toplumun bir gerçeği olmakla birlikte en yaygın biçimde gözlemlendiği ülkelerin başında Afrika ülkeleri gelmektedir. Bu nedenle çalışmamızda Afrika örneklemini kullanarak yoksulluğun kadın işgücü katılımına etkisi dengesiz panel veriler yardımıyla analiz edilmektedir. Altı farklı yoksulluk göstergesi kullanarak yapılan panel analizler sonucunda yoksulluk artıkça bayanların işgücü piyasasına katılımının arttığı görülmüştür. Bu bulgu altı farklı yoksulluk göstergesinden dördü için istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde geçerliliğini hem tekli hem de çoklu regresyon modellerinde korumaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yoksulluk, Kadın İşgücü Katılımı, Dengesiz Panel Veri, Rassal Zaman Etki Modeli.

Politik İstikrarın Bayanların İşgücüne Katılımına Etkisi: Asya, Afrika ve İslam Ülkeleri Örneği

Dr.Öğr.Ü. Eda ÖZEN[1] **Prof.Dr. Jülide YALÇINKAYA KOYUNCU[2]**

[1]Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi , İİBF, İktisat, eda.ozen@bilecik.edu.tr

[2]Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi , İİBF, İktisat, julide.yalcinkaya@bilecik.edu.tr

Özet: Bir ülkenin politik istikrar düzeyi o toplumun ekonomik ve sosyal yapısı üzerinde önemli rol oynamaktadır. Ayrıca politik istikrar düzeyi ekonomik aktörlerin (yatırımcı, tüketici, işçi v.b.) alacağı kararları da şekillendirmektedir. Bu bağlamda politik istikrar bayanların işgücü piyasasına katılımını belirlemede de rol oynayabilir. Bu amaçla çalışmamızda politik istikrar bayanların işgücü piyasasına katılımına etki edip-etmediği ampirik olarak incelenmektedir. Örneklem olarak politik istikrarsızlığın yoğun olduğu Afrika, Asya ve İslam ülkeleri örneklemleri ayrı ayrı ele alınmıştır. Kullanılan veri seti dengesiz panel data olup, 2002-2014 yılları arasını kapsamaktadır. Öncelikle tekli regresyon modelleri yardımıyla politik istikrar ile bayanların işgücüne katılımı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olup-olmadığı analiz edilmiş ve daha sonra modele kontrol değişkenler katılarak çoklu regresyon analizleri yapılmıştır. Elde edilen tahmin sonuçları ışığında, bir ülkedeki politik istikrar düzeyi arttıkça o ülkede bayanların işgücü piyasasına katılımının arttığı görülmüştür. Bu bulgu geçerliliğini istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde Asya ve İslam ülkeleri için korur iken Afrika ülkeleri için koruyamamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Politik İstikrar, Kadın İşgücü Katılımı, Dengesiz Panel Veri, Rassal Zaman Etki Modeli.

Revize Finansal Raporlamaya İlişkin Kavramsal Çerçeveden Beklentiler

Dr.Öğr.Üyesi Erkan ÖZTÜRK[1]

[1]Kırklareli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, erkan.ozturk@klu.edu.tr

Özet: Muhasebe bilimi tarih boyunca hesaplama ve hesaplaşma aracı olarak kullanılmış ve farklı dönemlerdeki ihtiyaçlara göre şekillenerek günümüz finansal raporlama sistemine evirilmiştir. Uzun yıllar boyunca muhasebeye atfedilmiş olan en önemli görev ticari hayatın kontrol mekanizması olabilmesidir. Başka bir ifadeyle; hissedarlar için kârın hesaplanması, devlet için vergi alacağının hesaplanması, kredi kuruluşları için faiz gelirinin hesaplanması vb. sonuçlarla yalnızca finansal bilgi kullanıcıları için fayda sağlayan bir mekanizmanın yeterli olduğu düşünülmüştür. Bu sığ yaklaşımda, işletmenin ekolojik ve sosyal çevresi ile olan ilişkileri ise neredeyse tamamen göz ardı edilmiştir. Bu tespit muhasebenin neden bazı çevrelerce bilim olarak kabul edilmeyip yalnızca bir sistem olarak görüldüğünün de cevabıdır. Çünkü muhasebe uzun yıllar boyunca yalnızca metodolojik açıdan ele alınmış, ontolojik ve epistemolojik açıdan yeterince tartışılmamıştır. Yine de muhasebenin son yıllarda disiplinler arası boyutta da ele alınmaya başlandığı; bu bağlamda, paydaş teorisi temeline dayalı olarak finansal olmayan bilgilerin de raporlanması için çalışmaların yürütülmekte olduğu görülmektedir. Bu çalışmada, IASB (Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu) tarafından hazırlanarak kamuoyu görüşüne sunulan Revize Finansal Raporlama Kavramsal Çerçevesinin finansal ve finansal olmayan raporlamaya nasıl yön vereceği beklentiler doğrultusunda tartışılmıştır. Çalışmada, Revize Finansal Raporlama Kavramsal Çerçevesinin yalnızca finansal raporlamaya ilişkin güncellemeler içeren bir çerçeve sunabildiği değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Revize Finansal Raporlama Kavramsal Çerçevesi, Paydaş Teorisi, Muhasebenin Evrimi.

Marka Faydasının Marka Tutumu ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkileri

Dr. Öğr. Üyesi Erkan Yıldız[1]

[1]Başkent Üniversitesi, Kazan Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, eryildiz967@gmail.com

Özet: Marka faydası, tüketicilerin ürün ya da hizmetlerin özelliklerine yükledikleri kişisel değerler olarak ifade edilebilir (Dölarslan, 2012). Yazında marka faydasının; fonksiyonel, deneyimsel ve sembolik boyutlardan oluştuğu belirtilmektedir (Aaker, 1996). Fonksiyonel faydalar, ürün ve markayla ilgili işlevsel özellikler olarak belirtilebilir (Huang vd., 2016). Deneyimsel faydalar, tüketicilerin bir ürün veya hizmet kullandıklarında, deneyimsel ihtiyaçlarına karşılık gelen; çeşitlilik, duyusal ve bilişsel uyarıcı gibi değerlerdir (Park vd., 1986). Sembolik faydalar ise, ürün dışı niteliklere karşılık gelir ve duygusal keyif, kendini ifade etme ve sosyal onay için içsel ihtiyaçlarla ilgilidir (Aaker, 2009). Markaya yönelik tutum, tüketicilerin markalarla ilgili tecrübelerine dayalı tepkileri olarak ifade edilebilir (Erçiş ve Yıldız, 2017). Satın alma niyeti, tüketicinin herhangi bir ürün veya hizmeti satın alma ihtimali (Wu vd., 201); tüketicilerin satın alacakları ürünlerle ilgili değerlendirmeleri (Yorulmazer, Doğan, 2017) olarak belirtilebilir.

Bu çalışmada marka faydasının; fonksiyonel, deneyimsel ve sembolik faydalarının marka tutumuna, marka tutumunun da satın alma niyetine olan etkileri araştırılmıştır. Aynı zamanda marka faydası boyutlarının marka tutumu üzerinden satın alma niyetine olan dolaylı etkilerine bakılmıştır.

Bu araştırmanın evrenini Vakko ve Beymen markaları ürünleri satın alan tüketiciler oluşturmaktadır. Veriler kolayda örnekleme tekniği ile anlık olarak toplanmıştır. Anket uygulaması 1 Haziran – 30 Temmuz 2018 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş ve kullanılabilir 400 veri elde edilmiştir.

Kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliği AMOS 22 programıyla doğrulayıcı faktör analiziyle araştırılmıştır. Ölçeklerin güvenilirlikleri SPSS 22 programıyla hesaplanan cronbach alfa katsayılarıyla araştırılmıştır.

Araştırmanın hipotezleri yapısal eşitlik modellemesiyle test edilmiştir. Fonksiyonel fayda marka tutumunu (β=0,17; $p<0,01$), deneyimsel fayda marka tutumunu (β=0,39; $p<0,01$) ve sembolik fayda marka tutumunu (β=0,44; $p<0,01$) direkt olarak etkilemektedir.

Fonksiyonel fayda marka tutumu üzerinden satın alma niyetini (β=0,14; $p<0,01$), deneyimsel fayda marka tutumu üzerinden satın alma niyetini (β=0,31 $p<0,01$) ve sembolik fayda marka tutumu üzerinden satın alma niyetini (β=0,35; $p<0,01$) dolaylı olarak etkilemektedir.

Modele ait R^2 değerleri incelendiğinde marka tutumunun %80, satın alma niyetinin de %65 oranında açıklandığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Marka Faydası, Marka Tutumu, Satın Alma Niyeti

Fonksiyonel, Deneyimsel ve Sembolik Faydaların Marka Tatmini ile Davranışsal ve Tutumsal Sadakat Üzerindeki Etkileri

Dr. Öğr. Üyesi Erkan Yıldız[1]

[1]Başkent Üniversitesi, Kazan Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, eryildiz967@gmail.com

Özet: Marka faydası, tüketicilerin ürün ya da hizmetlerin özelliklerine yükledikleri kişisel değerler olarak ifade edilebilir (Dölarslan, 2012). Yazında marka faydasının; fonksiyonel, deneyimsel ve sembolik boyutlardan oluştuğu belirtilmektedir (Aaker, 1996). Marka tatmini, bir ürün ya da hizmetin tüketicinin beklentilerini ve arzularını karşılamak suretiyle müşterinin hissettiği doyum (Ibzan, 2016) olarak tanımlanabilir. Marka sadakati, bir markanın rakiplerine göre daha çok tercih edilip satın alınması (Ilıcalı vd., 2016); tüketicilerin alternatif markalar arasından belirli bir markayı tesadüfi olmayan şekilde tercih etmesi ve bu tercihin zaman içinde devam etmesi (Knox ve Walker, 2001) olarak belirtilebilir. Yazındaki çalışmalarda marka sadakatinin davranışsal ve tutumsal olmak üzere iki boyutu tanımlanmıştır. Davranışsal marka sadakati, tüketicinin tutarlı biçimde bir markayı yeniden satın alması (Yee, Sidek, 2008); tutumsal marka sadakati ise, tüketicilerin markaya gösterdiği psikolojik bağlılıktır (Benett, Rundle-Thiele, 2002).

Bu çalışmada marka faydasının; fonksiyonel, deneyimsel ve sembolik faydalarının marka tatminine, marka tatminin de davranışsal ve tutumsal sadakate olan etkileri araştırılmıştır. Aynı zamanda marka faydası boyutlarının marka tatmini üzerinden davranışsal ve tutumsal sadakate olan dolaylı etkilerine bakılmıştır.

Bu araştırmanın evrenini benzin istasyonlarından araçlarına yakıt alan tüketiciler oluşturmaktadır. Veriler kolayda örnekleme tekniği ile anlık olarak toplanmıştır. Anket uygulaması 15 Nisan – 15 Mayıs 2018 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş ve kullanılabilir 425 veri elde edilmiştir.

Kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliği AMOS 22 programıyla doğrulayıcı faktör analiziyle araştırılmıştır. Ölçeklerin güvenilirlikleri SPSS 22 programıyla hesaplanan cronbach alfa katsayılarıyla araştırılmıştır.

Araştırmanın hipotezleri yapısal eşitlik modellemesiyle test edilmiştir. Fonksiyonel faydanın marka tatminini (β=0,62; $p<0,01$) ve deneyimsel faydanın marka tatminini (β=0,38; $p<0,01$) etkilediği tespit edilmiştir. Sembolik faydanın marka tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi gözlemlenememiştir. Marka tatmini, davranışsal sadakati (β=0,74; $p<0,01$) ve tutumsal sadakati (β=0,68; $p<0,01$) etkilemektedir. Fonksiyonel fayda marka tatminini üzerinden davranışsal sadakati (β=0,46; $p<0,01$) ve tutumsal sadakati (β=0,42 $p<0,01$); deneyimsel fayda marka tatminini üzerinden davranışsal sadakati (β=0,28; $p<0,01$) ve tutumsal sadakati (β=0,26 $p<0,01$) dolaylı olarak etkilemektedir. Modele ait R^2 değerleri incelendiğinde marka tatmininin %84, davranışsal sadakatin %55, tutumsal sadakatinde %47 oranında açıklandığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Fonksiyonel Fayda, Deneyimsel Fayda, Sembolik Fayda, Marka Tatmini, Davranışsal ve Tutumsal Sadakat

Avrupa Birliği Müktesebatına Uyum Çerçevesinde Türkiye'de Devlet Yardımları

Arş. Gör. Ezgi AVCIOĞLU AKSOY[1]

[1]Manisa Celal Bayar Üniversitesi / İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, Hukuk Bilimleri Ana bilim Dalı, ezgiavcioglu@hotmail.com

Özet: Özellikle gelişmekte olan ülkelerde devlet yardımları kalkınmanın gerçekleştirilebilmesi açısından büyük önem taşıyan ve sıklıkla uygulanan serbest piyasaya yönelik kamusal müdahalelerden biridir. 1982 Anayasası'nın 166. maddesinde "*Ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmayı, özellikle sanayiin ve tarımın yurt düzeyinde dengeli ve uyumlu biçimde hızla gelişmesini, ülke kaynaklarının döküm ve değerlendirilmesini yaparak verimli şekilde kullanılmasını planlamak*" Devlete bir görev olarak yüklenmiştir. Bu kapsamda hazırlanacak planlarda yine Anayasa'nın 166. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca "*yatırım ve istihdamı geliştirici tedbirler öngörülür; yatırımlarda toplum yararları ve gerekleri gözetilir*". Bu hüküm çerçevesinde ülkemizde kalkınma planlarında özel teşebbüslerin yatırımlarını geliştirmek ve yatırımlarda toplum yararını sağlamak amacıyla devlet yardımlarının kullanılmasının planlandığını görmekteyiz.

Ancak bir taraftan da ülkemiz Avrupa Birliği'ne üyelik süreci içerisindedir ve Avrupa Birliği hukukunda rekabet kuralları içerisinde yer alan devlet yardımları a priori olarak yasaklanmıştır. Türkiye, Ortaklık Konseyi'nin aldığı 1/95 sayılı Kararla Avrupa Birliği rekabet kuralları ile ilgili mevzuatını Gümrük Birliği kapsamında Avrupa Birliği mevzuatıyla uyumlu hale getirmeyi taahhüt etmiştir. Bu taahhüte uygun olarak ülkemizde 2010 yılında 6015 sayılı Devlet Desteklerinin İzlenmesi ve Denetlenmesi Hakkında Kanun çıkarılmıştır. 6015 sayılı Kanunla devlet yardımlarına yönelik pek çok düzenleme getirilmiş ve Devlet Desteklerini İzleme ve Denetleme Kurulu'nun kurulması öngörülmüştür.

Çalışmamızda, Avrupa Birliği üyelik sürecinin ülkemizin kalkınması açısından büyük önem taşıyan devlet yardımı uygulamalarına etkisi ve bu etkinin hukuki sonuçları üzerinde durulacak, 6015 sayılı Kanunda öngörülen izleme ve denetleme sistemine ilişkin eleştiriler ve öneriler ortaya konulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Devlet yardımı, teşvik, rekabet, Avrupa Birliği Hukuku, Devlet Desteklerini İzleme ve Denetleme Kurulu.

Çalışma Yaşamının Dijitalleşmesi

Dr. Fahri Bilal Yankın[1]

[1]BASİSEN (Banka, Finans ve Sigorta İşçileri Sendikası) / Eğitim ve Basın Bölümü / bilal.yankin@gmail.com

Özet: İnsanlık tarihine toplumsal gelişim açısından baktığımızda; iki büyük kırılmanın yaşandığını görülür. Birincisi, hayvanların evcilleştirilip, toprağın işlenmesiyle ekonomik, toplumsal ve çalışma yaşamı açısından ilk dönüşüm olan tarım devriminin gerçekleşmesidir. İkincisi ise, üretimin buhar gücünün aktarıldığı makineler vasıtasıyla fabrikalarda gerçekleştirilmesine olanak tanıyan, toplumsal ve siyasal düzenden ekonomik yaşama kadar her şeyi değiştiren sanayi devrimidir.

Sanayi devrimi peşpeşe birçok gelişmenin önünü açtığı gibi; 19. yüzyılın sonlarına doğru elektrik gücünün yardımıyla seri üretimin ortaya çıkması sonucu İkinci Sanayi Devrimi (2.0)'ne, 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren elektronik ve bilgi teknolojilerinin devreye girişi ile üretimin daha çok otomasyonu sonucu Üçüncü Sanayi Devrimi (3.0)'ne evirilmiştir.

Sanayi devrimi, üretimi, istihdamı ve çalışma yaşamını değiştirirken; işçiler açısından birçok sorunu da beraberinde getirmiş; sendikaların ortaya çıkışına ve iş hukukunun doğuşuna sebep olmuştur. Endüstri 2.0 sonrası süreç, sendikaların kitleselleşerek güçlenmesine, sosyal hayattaki rolünün artmasına olanak tanırken, Endüstri 3.0 ile başlayan küreselleşme sendikaların gücünün zayıflatmış, işsizliğin artmasına, çalışma yaşamının esnekleşmesine yol açmıştır.

Bilişim teknolojileri üretim sistemlerinin otomasyonunu geliştirmekle kalmayarak, dijitalleşme dalgasının da önünü açmıştır. 2000'li yıllarla birlikte, sanayi devriminin dördüncü ayağı veya endüstri 4.0 olarak kabul edilen süreç; siber fiziksel sistemlere, yani sensörler yardımıyla fiziksel dünyayı sanal bilgi işlem dünyasına bağlayan sistemlere geçişi, dijitalleşmeyi başlatmıştır. Bu dönüşüm, akıllı fabrika sisteminin oluşmasında büyük rol oynayan nesnelerin interneti, internetin hizmetleri ve siber-fiziksel sistemlerden oluşan bir değerler bütünü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bugün üretim geçmişten oldukça farklı proseslerle gerçekleştirilirken, yepyeni işler ve meslekler ortaya çıkmakta, üretimin otomasyonu, yapay zekâ ve giderek artan robotik teknolojiler eliyle gerçekleştirilmektedir. Bu süreç çalışma ilişkilerini değiştirecek potansiyellerle insanlığın üzerine gelmektedir. Üretimde robotların kullanılmasıyla işsizliğin giderek artacağı, sendikaların toplumsal yaşamdaki rolünün daha da azalacağı, iş ve sosyal güvenlik alanında yeni düzenlemelerin kaçınılmaz olduğu görüşü ileri sürülmektedir.

Bu çalışmada, tarihsel süreç çerçevesinde, çalışma yaşamındaki değişimin önemli dönemeçleri; tarım devrimi, sanayi devrimi ve sonrası ortaya çıkan gelişmelere özellikle dijitalleşme olgusuna değinilerek ele alınacaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sanayi Devrimi, Dijitalleşeme, Çalışma Yaşamı, İstihdam, İşsizlik

Ekonomik Krizin Çalışanlar Üzerinde Yol Açtığı Psikolojik Sorunlar

Dr. Öğr. Üyesi Fatih Bal [1]

[1]İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Psikoloji Bölümü, fbal@gelisim.edu.tr

Özet: Dünyanın global bir köy haline gelmesi ile birlikte ülkeler ekonomik açıdan birbirinden daha çok etkilenir hale gelmiştir. Günümüz ortamında dünyada teknolojik, siyasal, sosyokültürel, ekonomik gelişmeleri ve değişimleri takip edemeyen, proaktif olmayan firmaların kriz yaşaması kaçınılmaz hale gelmiştir. Ekonomik krizin bazı nedenleri; arz talep dengesizliği, piyasa durgunluğu, yüksek faiz artışı, döviz kurlarındaki dengesizlikler, enflasyonun yükselmesi, alım gücünün düşmesi, yüksek cari açık, iflaslar, düşük üretim, istihdamın düşmesi ve yüksek işsizliktir. Ekonomik krizlerde istihdamın düşmesi ve işsizliğin artması çalışanların gelecekleri hakkında endişelenmelerine neden olmaktadır. Aynı zamanda ekonomik açıdan ihtiyaçlarını karşılayamayan birey kendini yetersiz hissetmekte, stres düzeyi artmakta ve daha saldırgan tavırlar sergileyebilmektedir. Ekonomik krizlerin yaratabileceği sorunlardan ilki iş hayatında belirsizliklerden dolayı karşılaşılan sorunlardır. İşten çıkarılma korkusu yaşayan birey endişeli ve gergin olmakta dolayısıyla işine konsantre olmaz hale gelmekte ve verimi düşmektedir. İşten atılma korkusuyla birey diğer çalışanları kendine rakip olarak görmeye başlamakta ve güvensizlik ortamı oluşmakta, örgütsel iletişim sağlıksız hale gelmeye başlamaktadır. Çalışanın kendi psikolojisinde ve sağlığında sorunlarda ise iş yaşamının bireyin hayatını etkilemesi vardır. Belirsizlik ortamındaki birey hayatında kısıtlamalara girecek, gereksiz harcamalardan kaçarak tutumlu olmaya çalışacaktır. Sadece ihtiyacı olanı alabilen birey diğer ihtiyaçlarını maddi açıdan karşılayamadığı için psikolojik açıdan çaresiz hissedecektir. Bu çaresizlikle baş edemeyen birey iş hayatında, sosyal hayatında ve aile hayatında kayıplar yaşayacaktır. Çalışanın ailesi ve sosyal ilişkilerinde problemler olabilmektedir. Kişi iş yerindeki belirsizlik ortamı bireyin kaygı ve endişe düzeyin arttırmakta bu da aile ve sosyal hayatına yansımaktadır. Birey çevresindeki insanlara karşı saldırgan davranış göstermeye başlayabilir. Gelecek kaygısı ile kendine güvensizlik yaşayan birey çoğu konuda isteklerini kaybederek, hayata karşı motivasyonunu kaybedebilir. Beklentisi kalmayan birey kendini sosyal yaşamdan izole eder, yalnızlaşır. Bireyin ekonomisindeki olumsuz değişimle birlikte çevresindekiler iletişimi kesebileceği gibi, birey kendi ekonomik düşüşünü kabul edemediği için kendi kendini çevresinden izole edebilir. Ekonomik krizler bireylerde kaygı, korku, endişe, gerginlik, yalnızlık, çaresizlik, isteksizlik, yetersizlik, güvensizlik gibi psikolojik sorunlara neden olabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik Kriz, Kaygı, Stres, Saldırganlık

Örgütlerde Meslek İntiharını Önlemeye Yönelik Bir Model Önerisi

Öğr. Gör. Dr. Feyza Çağla Oran[1] Öğr. Gör. Dr. Betül Balkan Akan[2] Prof. Dr. Agah Sinan Ünsar[3]

[1]Kadir Has Üniversitesi / Kadir Has MYO, Lojistik Bölümü, feyza.oran@khas.edu.tr

[2]Namık Kemal Üniversitesi / Hayrabolu MYO, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, bbalkan@nku.edu.tr

[3]Trakya Üniversitesi / İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, sinanunsar@yahoo.com

Özet: Örgütlerde üstün yeteneklere sahip, yaratıcı, girişimci, yeniliklere ve değişime açık, zeka düzeyi yüksek çalışanların önemli bir kısmı değerlendirilememektedir. Bu özelliklere sahip çalışanlar potansiyellerine uygun iyi bir pozisyona gelemediklerinde değersizleştiklerini hissetmekte ve örgütten uzaklaşmaktadırlar. Bu durum neticesinde ise sosyolojik bir olgu olan meslek intiharı meydana gelmektedir. Literatür taraması yapılarak gerçekleştirilen araştırma sonucunda örgütlerde önemli düzeyde rastlanan meslek intiharı kavramından bahseden çok az çalışma olduğu gözlemlenmiştir. Bu nedenle hem meslek intiharı kavramını detaylı olarak tanımlamak hem de meslek intiharını önlemeye yönelik değişkenleri ortaya koymak önem arz etmektedir. Bu amaç doğrultusunda çalışma; örgütlerde meslek intiharı, meslek intiharının örgütlere olan etkileri, meslek intiharına değinen araştırmalar ve farklı sektörlerde yer alan örgütlerde kullanılabilecek meslek intiharını önlemeye yönelik unsurlara dair bir model önerisinde bulunulması şeklinde sıralanmıştır. Araştırmanın, örgütlerde meslek intiharı kavramını farklı boyutlar açısından irdelenmesini sağlayacağı ve meslek intiharının önlenmesi açısından ilgili araştırmacıların farkındalık düzeylerini artırmalarına katkı sağlayarak farklı bakış açıları sunacağı düşünülmektedir. Ayrıca ileride yapılabilecek uygulamalı çalışmalara kuramsal ve kavramsal açıdan bir temel teşkil etme potansiyeli de taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Meslek İntiharı, İşi Bırakma, İşten Ayrılma

Yoksulluk ve Sosyal Belediyecilik Uygulamaları

Doç. Dr. Figen BÜYÜKAKIN[1] **Mücahit PEKDAŞ[2]**

[1]Kocaeli Üniversitesi, bfigen@kocaeli.edu.tr

[2]Yüksek Lisans Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, mucahitpkds@gmail.com 0543 512 3344

Özet: Yoksulluk tarihsel süreçte insanların önündeki en büyük iktisadi sorunların başında gelmiştir. İnsanlar henüz enflasyon, deflasyon, cari açık gibi iktisadi sorunlarla tanışmadan önce yoksulluk sorunuyla karşı karşıya kalmıştırlar.

Bu sebepten dolayı yoksullukla sürekli mücadele edilmesi ihtiyacı doğmuştur. Gelişen ve değişen şartlar yoksullukla mücadele yöntemlerinin değişmesine de sebep olmuştur. Bu çalışma değişen yoksullukla mücadele yöntemlerinden sosyal belediyecilik uygulamalarını kapsamaktadır.

İstanbul'un yoksul semtlerinden olanSultanbeyli ilçesinin yoksulluk verileri de incelenerek yoksulluğa karşı nasıl önlemler alınması gerekliliği de ortaya koyulacaktır.

Comparing Vocational Training Activities For Increasıng Young People's Employment In Slovenia and Turkey

Franc VİDİC [1] Yeliz YEŞİL[2] Bülent ARPAT[3] Mete Kaan NAMAL [4]

[1]VEC, Vocational Education Center,vidicfranc07@gmail.com,Slovenia.

[2]Trakya Üniversitesi, İ.İB.F., Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri,yelizyesil@trakya.edu.tr

[3]Pamukkale Üniversitesi,Honaz Meslek Yüksekokulu, Mülkiyet, Koruma ve Güvenlik Bölümü,barpat@pau.edu.tr

[4]Akdeniz Üniversitesi,İ.İ.B.F.,Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü,namal@akdeniz.edu.tr

Abstract: Educational activities are important throughout life for the development of the individual. With training activities, individuals increase their personal development, have the opportunity to renew themselves, and are easier to adapt to changes and developments. Development of human resources of countries and directing human resources to the right professional areas is possible through training activities. Especially vocational training activities are important for the self-development of the individual and for the possibility of participating in the labor market as a qualified employee. It is important for countries to direct their young people and ensure that they are employed in the right professions, because young people who are specialists in business life are also important for the economic well-being of the country. To this end, countries should be able to produce up-to-date, effective and efficient policies for the development of vocational education. This study will assess the activities carried out for the development of vocational education in Turkey and Slovenia and several recommendations will be given. The comparison of the two different countries will contribute to the literature by allowing for the assessment of vocational training practices in the countries and better analysis of the various details and suggestions for the future.

Keywords: Vocational Training, Employment, Slovenia, Turkey.

Türkiye'de ve Slovenya'da Gençlerin İstihdamlarının Arttırılmasına Yönelik Uygulanan Mesleki Eğitim Faaliyetlerinin Karşılaştırılması

Özet: Eğitim faaliyetleri bireyin gelişmesi açısından hayatı boyunca önem arz etmektedir. Eğitim faaliyetleriyle bireyler kişisel gelişimlerini arttırmakta, kendilerini yenileme imkanına sahip olmakta, değişim ve gelişimlere daha kolay adapte olmaktadırlar. Ülkelerin insan kaynaklarının geliştirilmesi ve insan kaynağını doğru mesleki alanlara yönlendirilmesi eğitim faaliyetleriyle mümkün olmaktadır.Özellikle mesleki eğitim faaliyetleri bireyin kendini geliştirmesi ve işgücü piyasasına kalifiye eleman olarak katılma imkanı sağlaması açısından önemlidir. Ülkelerin gençlerini yönlendirmesi ve doğru mesleklerde istihdam edilmelerini sağlamaları önemlidir, çünkü iş hayatında uzmanlaşmış birey olarak yer alan gençler ülkenin ekonomik refahı açısından da önemlidir. Bu amaçla ülkeler mesleki eğitimin gelişimine yönelik güncel, etkili ve verimli politikalar üretebilmelidirler. Bu çalışmada da Türkiye ve Slovenya'da mesleki eğitimin gelişmesine yönelik yapılan faaliyetler değerlendirilecek ve çeşitli öneriler getirilecektir. İki farklı ülkenin karşılaştırılması ülkelerdeki mesleki eğitim uygulamalarının değerlendirilmesine ve çeşitli detayların daha iyi analiz edilmesine ve geleceğe yönelik öneriler getirilmesine imkan tanıyarak literatüre katkıda bulunacaktır.

Anahtar Kelimeler: Mesleki Eğitim,İstihdam,Slovenya,Türkiye.

1950'li Yıllarda Adana'da Boş Zaman Değerlendirme Mekânları: Barlar, Sinemalar ve Kahvehaneler

Öğr.Gör. Gülten Madendağ[1]

[1]Kocaeli Üniversitesi, Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Bölümü, gultenmadendag@gmail.com

Özet: Sanayileşme öncesi toplumlarda çalışma hayatı ile boş zaman arasında keskin bir ayrım olmadığı görülür. Çalışma; aile ve topluluklar içinde yapılırken ayrıca renkli ve şenlikli ritüellerle birleştirilmişti, dolayısıyla kendi içinde kısmen de olsa eğlenceli bir faaliyetti. Çalışmayı boş zaman değerlerinden koparıp sıkıcı ve monoton bir faaliyete çeviren "kapitalizm" olmuştur. Kapitalizm önce çalışmayı yüceltip boş zamanı küçümsemiş daha sonra ise boş zamanı da yönetip iktisadî bir gelir kaynağı haline getirmiştir.

1950'li yıllarda Adana'da önce tarım sonra sanayi eksenli olarak değişen iktisadî yaşam koşulları sosyal hayatı da hareketlendirmiştir. Özellikle boş zaman değerlendirme alışkanlıklarından biri olarak eğlence hayatında gözle görülür bir canlılık ortaya çıkmış ve bunun getirdiği sorunlar Adana'nın gündeminde yerini almıştır. Bu konuda yerel basın yazarları söz konusu sorunlara işaret eden eleştirel yazılar kaleme alarak bir bakıma gündelik hayata "standart" koymaya çalışmışlardır.

Bu çalışmada 1950'li yıllarda Adana'da hem oldukça talep gören hem de beraberinde çeşitli tartışmalar yaratan eğlence mekânları olarak barlar, sinemalar ve kahvehaneler ele alınacaktır. Bu mekânların Adana gündelik hayatı açısından önemi ve şehre olan etkileri yerel basın kaynaklarından yola çıkarak, Henry Lefebvre ve Michael De Certau'nun "gündelik hayat" kavramı üzerinden değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Adana, Gündelik Hayat, Boş Zaman.

An Multidimensional Analysis of Energy Relations between Turkey and its Neighbors in The Balkan Region

Gün Ünal [1]

[1]Graduate Student, Hacettepe University, Department of International Relations Phone:05444460599,

E-mail: unalgun@gmail.com

Abstract: Turkey has a growing energy demand and seeks to compensate its energy needs with an ambitious agenda towards diversifying its energy sources. It is also engaged in prospective multilateral pipeline projects with neighbor countries such as Bulgaria.

On the other hand, a civilian nuclear energy programme foreseeing an operable nuclear powerplant by 2023 is an example of Turkey's prospective energy plans for a less-dependent energy supply. İğneada, Kırklareli, which is close to Turkey's border with Bulgaria is speculatively the venue for a third nuclear powerplant. This study analyzes the security aspects of nuclear energy for Turkey and its neighbors in the Balkans in terms of political and environmental implications. The study also gives a background of energy-focused bilateral and multilateral relations Turkey pursue in the Balkans to better understand and evaluate prospective energy relations in the region. In conclusion, the study emphasizes the importance of long-term policies in energy relations in harmony with pressing energy needs.

Reforming English Teaching: Creating a Community

Hamed Kioumarsi[1] **Hamed Babaie Shalmani[2]** **Marjan Heydarpour Meymeh[3]**

[1]Department of English Language, College of Humanities, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran, Gilan Agricultural and Natural Resources Research and Education Center, Rasht, Iran

[2]Department of English Language, College of Humanities, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran

[3]Department of English Language, College of Humanities, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran

Abstract: L2 or second-language writing is the study of writing performed by non-native speakers/writers of a language as a second or foreign language. Writing properly is important in order to communicate with our readers, and it is a great challenge for non-native students. Usually, students have little interest in writing, which is important to fulfill the education requirements. This may be because of technoloical progress, which has its negative effect on students' skills in writing, due to the availability of ready-made assignments. Researchers believe that the learners' interaction positively affects the cognitive skills that involve them increasing new ideas. Wikis are good examples of second-generation web tools that could facilitate writing activities. A wiki is a web technology that by making a community allows its users to collaboratively write and edit their writings. This is of interest in learning and teaching as a wiki can offer learners and educators a more active, participative relationship with web-based materials. We believe that wiki is a major component of Web 2.0 that can be used to enhance the learning process. These tools have the advantage of reducing the technical skill required to use their features and allow their users to focus on the information and collaborative tasks themselves without the distraction of a difficult technological space. In fact, the wiki is user-friendly and easy access to navigate through our education system and it can help students develop critical thinking skills. Thus, there is a need to improve students writing skills with the help of this skill.

Keywords: Wikis, Community, Web 2.0, L2 or second-language writing

An Overview of Multicultural Education

Hasan Boynukara[1] **Cengiz Karagöz**[2]

[1] Namık Kemal University, boynukarahasan@yahoo.com

[2] Namık Kemal University, ckaragoz@nku.edu.tr

Abstract: The current age is generally mentioned as the global one because of the technological opportunities which cross the distances very easily. In addition to the developments in the colonial period in which ethnic and cultural structures of societies changed dramatically, it could be observed that the recent demographic structure in the world has been transformed through the new transportation tools in the globalized world. This proves that nearly each country is a multicultural one because it is really easy to become a migrant and a part of a new nation. Consequently, the new fluxes of people into other countries attest to the new cultural formations that challenge the original culture of the host country. The host country enters a new phase in which it has to take into account the demands and needs of these newcomers especially in education system. This research aims to discuss the fundamental characteristics and significance of multicultural education. It introduces the main responsibilities and duties of teachers, schools and governments for an entire implementation of multicultural education. If schools desire to gain success on a global scale, they need to be aware that their classroom possibly consists of students who belong to different ethnic and cultural affiliations and that they are supposed to plan a curriculum according to this variety.

Keywords: Culture, Education, Globalized World, Multicultural Education

Merkez Bankalarının Para Politikaları ve Karar Stratejileri

Dr. Öğr. Üyesi İhsan GÜLAY

T.C. Maltepe Üniversitesi /İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler,
ihsangulay@maltepe.edu.tr

Özet: Gelişerek değişen dünya ekonomik sistemi içerisinde para politikasının temel işlevleri ve rolü önemli yer tutmaktadır. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Merkez Bankası (FED) ve Avrupa Merkez Bankası (ECB) gibi gelişmiş mezkez bankalarının para politikaları ve kararları dünya ekonomisi ve küresel finansal piyasalarda yönlendirici bir etkiye sahip olmaktadır.

Para politikası; para arzı, faiz oranı, borçlanma, enflasyon gibi merkez bankalarının genel ekonomi politikalarını ve hedeflerini belirlemede stratejik yönetim biçimi olarak kabul görmektedir.

Özellikle ülke ekonomilerinde durgunluk (resesyon) eğilimlerinin başlaması durumlarında merkez bankaları piyasaya likidite sağlayarak para arzını genişletmek gibi para politikası stratejsi yöntemiyle piyasaya müdehale ederler.

Parasal genişleme, ülke ekonomisinde durgunluk (resesyon) eğiliminin giderilmesine yönelik, kısmen de olsa katkı sağladığı gibi faiz oranlarının yüksek seyretmesi durumunda da merkez bankaları tarafından para arzını daraltması gibi stratejik para politikası yöntemleri kullanılmaktadır. Bu anlamda; para politikası kararları ülke ekonomilerinin reel yapılarına ve gelişmesine uygun olarak alınmalıdır.

Kur artışlarında değişkenlik özellikle ithalata bağımlı ekonomi modeliyle büyüyen ülkeleri doğrudan etkilemektedir. Milli paranın yabancı paralar karşısında değer kaybetmesi, üretim maliyetlerinde fiyat artışlarına neden olacağından, uluslararası küresel ticaretteki pazar bulma yarışında olan ülkelerin küresel rekabetteki şansını olumsuz yönde etkileyecektir.

İthalata bağımlı ekonomilerde kur ve faiz maliyeti değerlendirmesinde; kur maliyetinin faiz maliyetlerinin üstünde olacağı açıktır. Zira; milli paranın yabancı paralar karşısında değer kaybına uğraması yani döviz kurlarının milli para karşısında yükselmesi durumunda döviz çıktısının yüksek miktarlarda olacağı, bunun fiyat artışlarına yansıyarak yüksek enflasyonun ve faiz oranlarının artışını zorunlu kılacağı doğal bir sonuç olarak görülmelidir.

Finansal ve ekonomik veriler ışığında enflasyonist eğilimlerin oluşmaya başladığı ülkelerde merkez bankaları genellikle para arzını kısarak, faiz oranlarını yükseltmek gibi para politikası stratejileri uygulamak durumunda kalırlar. Bu bağlamda; döviz kuru, faiz oranı ve enflasyon gibi üç değişkenin ülke ekonomilerinde dikkatle izlenmesi gereken ve aralarında sağlıklı bir ilişki ve geçişkenliğin sağlanması finansal yapının dinamiklerini güçlü kılacaktır.

Türkiye'nin özellikle enerji ithalatından dolayı ödemiş olduğu yüksek hacimli dış ödemeler hem özel sektör yabancı kaynaklı borçlanmalar açısından hem de kamu sektörü yabancı kaynaklı borçları açısından kur artışlarındaki yükselişlerin getirdiği maliyetler Türkiye ekonomisinde önemli yer tutmaktadır. Bu nedenle; döviz kurlarındaki artışlar bir maliyet unsuru olarak Türkiye ekonomisine yansıyacağından TC Merkez Bankasının para politikası stratejilerini belirlerken döviz kuru, faiz ve enflasyon ve dış kaynaklı borçlanma miktarları ve ödeme programı dikkatle izlenmelidir.

Geleceğe ilişkin belirsizliğin minimize edilmesinde merkez bankalarının para politikasına yönelik stratejik kararları önemli yer tutmaktadır. Özellikle küresel piyasalarda yaşanan ticaret savaşlarında döviz kuru hedefleme stratejileri, küresel finansal piyasaların ve ülkelerin Gayri Safi Yurtiçi Hasılası (GSYH) göz önünde tutularak faiz, enflasyon ve döviz kuru gibi üçlü değişkenin ekonomik kalkınmadaki geçişkenliği ve dinamik gücü reel veriler ışığında değerlendirilerek karar verilmelidir.

Bu çalışmanın temel amacı; ithalata bağımlı ekonomi modeliyle gerçekleştirilen yatırımlarda ve ekonomik büyümede yükselen "DÖVİZ KURU" değişkenliğinin ülkelerin yatırımlarında yaratacağı artı maliyetler nedeniyle, piyasalarda oluşan fiyat istikrarsızlığının önlenmesi ve yabancı sermaye girişlerine yönelik güven unsurlarının sağlanması, merkez bankalarının para politikalarına ve karar stratejilerine yer vermektir.

Anahtar Kelimeler: Merkez bankası, strateji, döviz kuru, enflasyon, faiz, para politikası

Sosyal Medyanın Benmerkezci Bireyler Yaratması ile Gelişen Narsist Pazarlama

Dr. Öğretim Üyesi İpek Okkay[1]

[1]İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Yeni Medya Bölümü,
iokkay@gelisim.edu.tr

Özet: Günümüzde kapitalist sistemin bizi içine soktuğu döngü içinde insanlar sosyalleşmeye bile vakit bulamaz hale gelmektedir. Yoğun çalışma koşulları, şehrin yoğun trafiği gibi sebepler, insanları sosyalleşmek için sosyal medyayı kullanmaya itmektedir. Bu ortamda herkesin içerik üretebilmesi, yeni insanlarla tanışabilmesi, takipçi edinebilmesi, sosyal medyayı diğer iletişim araçlarından farklı kılmaktadır. İlk defa bir iletişim aracında birey kendi kendine fenomen olabilir hale gelmiştir. Sosyal medya bu yapısıyla insanları narsist hale getirebilmektedir. Bu sanal dünyada bireyler, benmerkezci olmaya, nasıl daha çok beğenilebiliriz / popüler olabiliriz kaygısı taşımaya başlamıştır. Sosyal medya ile birlikte insanlar popüler olma kaygısı taşımaya başladığı gibi, bunun için gönüllü gözetlenmeyi kabul eder hale gelmiştir. Bu durum markaların işine gelmektedir. Bu sayede firmalar rahatlıkla veri madenciliği ve kişiselleştirilmiş pazarlama yapabilir hale gelmiştir. Kişilerin ben merkezli olması aynı zamanda kusursuz görünme arzusunu da tetiklemektedir. Bu noktada narsist pazarlama kavramı karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin artık kendilerini marka gibi konumlandırmaya çalışması ve trendi belirlemesi, markaları yeni pazarlama taktikleri geliştirmek durumunda bırakmıştır. Markalar trend belirleyici olmaktan çok yeni medya ile birlikte içerik üreticisi haline gelmiştir. Sosyal medyada yer almayan hedef kitleleri ile iletişime geçemeyen markalar, rakiplerinden geri kalmaktadırlar. Bu noktada firmaların kısa ve öz hikayelerle markalarına, imajına vurgu yapması hedef kitleye ulaşmada önem arz eder hale gelmiştir. Markalar müşteriyle çift yönlü iletişime önem vermek durumundadır. Aynı zamanda markaların kişiselleştirilmiş ürün ve mesaj sunmaları önemli olmaktadır. İnteraktif teknolojiler, veri madenciliği ve e-ticaret kişiselleştirmeyi daha mümkün hale getirmiştir. Kişiselleştirme sayesinde birey marka ile özdeşleşmekte ve kendini önemli hissetmektedir. Günümüzde benmerkezli bireylerin sayısı sosyal medya ile birlikte artmakta ve bu bireylere ulaşmak isteyen firmalar narsist pazarlamaya yönelme durumunda kalmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Narsizm, Pazarlama, Narsist Pazarlama

Şehirsel Markalaşma Sürecinde Turizm Odaklı Düşünme: Üsküdar Örneği

Araş. Gör. Dr. Kaan Kapan[1]

[1]İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, kaan.kapan@istanbul.edu.tr

Özet: Günümüzde, küreselleşmenin bütün toplumları etkilemesiyle birlikte, bazı ekonomik faaliyetler eski önemini kaybederken bazıları da değer kazanmaktadır. Şehirlerin dünya ekonomi pazarından kendi paylarına düşeni almak için rekabet ve pazarlama stratejilerini iyi planlamaları ve kendi markalaşmalarını sağlamaları gerekmektedir. Şehirsel markalaşma sürecinde tarihsel geçmişleri, kültürel, toplumsal ve çevresel koşulları en önemli hususları oluşturmaktadır; böylece diğer şehirlerden ayrılıp ayrıcalıklı hale gelebileceklerdir.

Bu çalışma, İstanbul'un en eski yerleşim yerlerinden biri olan Üsküdar ilçesini (turizm odaklı olarak) kentsel markalaşma süreci açısından değerlendirmek amacıyla yapılmıştır. Üsküdar'ın turizmin üç "A"sı olarak nitelendirilen arz kaynaklarının (attraction/çekicilik, Access/erişim, accommodation/konaklama) tümüne sahip olduğu görülmektedir. Ancak, Üsküdar, turizmde marka olma özelliklerini üzerinde taşımasına rağmen, tanıtım ve pazarlama eksikliği, farklı ekonomik sektörler üzerinde yoğunlaşma, rekabet ortamının yaratılamaması gibi çeşitli nedenlerden dolayı özellikle yabancı turistlerin ilgisini henüz yeteri kadar çekememektedir. Bu süreçte ismi, sembolleri (Kız Kulesi, 15 Temmuz Şehitler Köprüsü, Aziz Mahmut Hüdayi Hz. Türbesi vb.), yenileme çalışmaları (Üsküdar Meydanı ve tarihi çarşısı) ve bunların bir bütün olarak sentezlenmesi sonucunda turizm sektöründen daha çok pay alacağı açıktır.

Bu bağlamda, ilk olarak bu çalışmanın genel amacını oluşturan kentsel markalaşma süreci ile ilgili literatür çalışması yapılmıştır. Sonrasında turizm odaklı markalaşma sürecinde Üsküdar'ın sahip olduğu olumlu ve olumsuz özellikleri tespit edilmiştir. Sonuçta da Üsküdar'ın turizmde markalaşma sürecinin başarılı şekilde yönetildiğinde (merkezi-yerel yönetimleri, özel sektörü ve sivil toplum kuruluşlarını da içine alarak) hak ettiği değere ulaşabileceği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Şehirsel Markalaşma, Şehir, Üsküdar.

Tourism-Oriented Thought in the Process of Urban Branding: Üsküdar as an Example

Res. Assis. Dr. Kaan KAPAN[1]

[1]Istanbul University, Faculty of Letters, Department of Geography, kaan.kapan@istanbul.edu.tr

Abstract: While today some economic activities become lack of some significance of them in the past, some others are more appreciated due to spread of globalization. Cities should plan their competition and marketing strategies well and achieve their own branding in order take their share from the world economic market. In this process their historical background, cultural, social and environmental conditions constitute the most important considerations because in this way they will stand out and become distinguished from other cities.

This study is made to consider (on tourism-oriented basis) the district of Üsküdar, one of the oldest settlements in in İstanbul) in terms of urban branding process. It appears that Üsküdar has all supply sources of tourism known as "three A's": attraction, access and accommodation). However, although Üsküdar itself has the characteristics of being a brand in the tourism, it could not sufficiently attract attention of particularly foreign tourists yet due to reasons such as lack of presentation and marketing, concentration on different economic sectors and failure to create competition atmosphere. It is obvious that its name, symbols (Maiden's Tower, 15th July Martyrs' Bridge, Shrine of Aziz Mahmut Hudayı etc.), restoration activities (Üsküdar Square and ancient bazaar) and a synthesis of them as a whole Üsküdar shall take more share from the tourism sector.

In this context, firstly, literature research was made concerning process of urban branding which is the central purpose of this study. And secondly, positive and negative characteristics of Üsküdar in the process of tourism-oriented branding were identified. And, finally, it was recognized that if managed successfully (including central-local administrations, provide sector and non-governmental organizations) in the process of branding in tourism, Üsküdar shall attain the value it deserves.

Keywords: Tourism, Urban Branding, City, Üsküdar.

Ürdün'de Turizm Kaynaklarının Değerlendirilmesinde Alternatif Güzergahların (Rotaların) Oluşturulmasının Önemi

Araş. Gör. Dr. Kaan Kapan[1]

[1]İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, kaan.kapan@istanbul.edu.tr

Özet: Ürdün, Ortadoğu'daki ateş çemberinin (kuzeyinde Suriye, kuzeydoğusunda Irak, güney ve doğusunda Suudi Arabistan, batısında İsrail ve Batı Şeria) ortasında yer almasına rağmen, turizm endüstrisi hızla gelişen ve büyüyen bir ülkedir. Söz konusu unsurların turizm odaklı olarak gelişmesinde şüphesiz sahip olduğu tarihsel, kültürel, şehirsel, kaynakların yanında manzara, deniz, doğal yaşam ve insan yapısı gibi çok çeşitli kaynakların hepsine içinde barındırmasından kaynaklıdır. Özellikle tükenen petrol kaynakları düşünüldüğünde, bu çeşitlilik ülke ekonomisi için can simidi olarak görülmektedir.

Ülkeye yılda yaklaşık 4 milyon yabancı turist gelmektedir. Bu turistler özellikle Petra ve Wadi Rum'u tercih etmekte, hemen ardından da Queen Alia veya King Hussein International havalimanından ülkeden ayrılmaktadırlar. Oysa Ürdün birçok alternatif turizm türüne ve mekânına da sahiptir. Tüm bu çekicilik unsurlarının turizme (dolayısıyla ekonomiye) kazandırılmaları ile gelen turist sayısının artacağı açıktır. Bu çalışmada ülkenin başlıca turizm alanları ve özellikleri ortaya konulacak, mevcut turizm rotalarına yeni destinasyonların eklenmesiyle gelen turistlerin sayılarının ve kalış sürelerinin arttırılmasına yönelik öneriler geliştirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Ürdün, Turizm Kaynakları, Alternatif Rota.

Importance of Establishment of Alternative Routes for Use of Tourism Sources in Jordan

Res. Assis. Dr. Kaan KAPAN[1]

[1]Istanbul University, Faculty of Letters, Department of Geography, kaan.kapan@istanbul.edu.tr

Abstract: Although Jordan is located in midst of fire circle in Middle East (with Syria in the north, Iraq in the northeast, Saudi Arabia in the south and east and Israel and West Bank in the west), it is a country with tourism growing and developing rapidly. Of course, this stems from the fact that it contains a variety of resources such as historical, cultural, urban aspects as well as landscape, sea, wild life and local population. Considering the depletion of the oil reserves particularly, such variety can be seen as life-saving characteristic for the national economy.

The country attracts about 4 million foreign tourists annually. They particularly prefers Petra and Wadi Rum and they immediately leave the country from Queen Alia or King Hussein International airport. However, Jordan has a number of alternative tourism opportunities and locations. It is obvious that inclusion of all these factors of attraction in the tourism (and, in turn, economy), number of the incoming tourists would increase. This study reveals primary tourism locations and characteristics of the country, bringing forth recommendations for increase of number and stay duration of the incoming tourists by addition of new destinations to the existing tourism routes.

Keywords: Tourism, Jordan, Tourism Resources, Alternative Route.

Antrepolardan Motorlu Araç Montaj İmalatına: Ford'un İstanbul'daki Otomotiv Montaj Fabrikası

Araş. Gör. Dr. Kaan Kapan[1] **Dr. Öğr. Üyesi Adem YULU[2]**

[1]İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, kaan.kapan@istanbul.edu.tr

[2]Iğdır Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, adem.yulu@igdir.edu.tr

Özet: Bu çalışmanın amacı, Cumhuriyetin kurulmasından sonra küresel otomotiv sanayi devi Ford tarafından İstanbul'da kurulan, ancak iz bırakmadan kaybolmuş olan otomotiv montaj fabrikasını sanayi coğrafyası açısından incelemektir. Bir fabrikanın coğrafi yönden incelenmesi olarak görülebilecek olan bu çalışmayla, otomotiv montaj fabrikasının gerek mekânda (İstanbul ölçeğinde) gerekse ülke ekonomisi üzerinde etkileri çeşitli yönlerden araştırılmıştır.

Kitlesel üretim ve çeşitlenme çağında (1920'ler), Türkiye ve yakın çevresini yeni bir pazar bölgesi olarak gören Ford, otomotiv montaj fabrikasını T.B.M.M'nin 1927 yılında Serbest Bölge (Free Zone) olarak belirlediği Tophane Antrepolarında kurmuştur. Ford'un kuruluş yer seçimi olarak denizle bağlantılı kıyı lokasyonunda seçtiği montaj fabrikası, 1929 yılında imalat faaliyetlerine başlamasına rağmen, kısa bir süre sonra ortaya çıkan ulusal ve küresel ölçekli çeşitli sorunlar nedeniyle motorlu araç montaj imalatı 1933 yılında durdurmak zorunda kalmıştır. Ford'un İstanbul'daki bu montaj fabrikası, verimli bir üretim alanından (şirketin 1944 yılına kadar) araba satış deposu ve yedek parça satışları olarak kullanıldığı bir tür endüstriyel atık alanına dönüşmüştür.

Anahtar Kelimeler: Ford Motor Şirketi, Otomotiv Montaj Fabrikası, Tophane Rıhtımı, Motorlu Araç Üretimi.

From Warehouses to Motor Vehicle Assembly Production: Ford's Automotive Assembly Plant in İstanbul

Res. Assis. Dr. Kaan KAPAN **Assıst. Prof. Adem YULU**

[1]Istanbul University, Faculty of Letters, Department of Geography, kaan.kapan@istanbul.edu.tr

[2]Iğdır University, Faculty of Science and Letters, Geography Department, adem.yulu@igdir.edu.tr

Abstract: The aim of this study is to explore an automotive assembly plant founded in Istanbul after establishment of Turkish Republic by a giant industrial brand (Ford), and later disappeared from the scene without leaving a trace. With the aid of this study which can be seen as an examination on a factory in geographical aspects, effects of the Ford's automotive assembly plant both on the local field (on basis of Istanbul) and on the national economy are investigated.

In 1920s, when the massive production around the world is starting to grow, Ford considered Turkey and nearby region as a new marketing place, and founded an automotive assembly plant in 1927 at Tophane Bonded-Houses, which had been designated by the Grand National Assembly of Turkey as Free Zone. Although Ford started its production activities in 1929 at its assembly plant where it has a sea-connected coastal location, the motor vehicle assembly was discontinued in 1933 due to various global and national issues occurred soon afterwards. The assembly plant of Ford which was located in İstanbul was converted from a productive production area to an industrial waste area which were used by the company as car sales depot and parts Shop until 1944.

Key Words: Ford Motor Company, Automotive Assembly Plants, Tophane Dock, Motor Vehicle Production.

21. Yüzyılda Türkiye'nin İktisadî Diplomasi Stratejisi: Jeopolitik İktisat Açısından Bir Değerlendirme

Arş.Gör. Kaan Yiğenoğlu

Marmara Üniversitesi / İktisat Fakültesi, İktisat Bölümü, yigenoglu2@hotmail.com

Özet: 21. yüzyıl ağırlıklı olarak iktisadî güç kaymalarının yaşanacağı ve buna bağlı olarak yeni iktisadî güç merkezlerinin ortaya çıkacağı bir dönem olacağa benzemektedir. Yeni iktisadî güç merkezleri, mevcut global ve bölgesel güçlere karşı bir tehdit oluştururken, yükselen güçler için de yeni fırsatlar doğurmaktadır. Olası tehdit ve fırsatlar karşısında ülkelerin mevcut pozisyonlarını gözden geçirmeleri ve oluşan yeni şartlara göre iktisadî stratejilerini güncellemeleri gerekmektedir. Bu iktisadî stratejilerin başarılı olması büyük ölçüde kapsamlı, bütüncül ve gerçekçi bir şekilde oluşturulmalarına bağlıdır. Böylesi bir strateji, iktisadî diplomasi bağlamında ele alınırsa söz konusu niteliklere sahip olacaktır. 21. yüzyıl için iktisadî diplomasi stratejisinin önemi de bu noktada ortaya çıkmaktadır. Devlet politikası niteliğindeki iktisadî diplomasi anlayışının Türkiye'nin bu yüzyıldaki ihtiyaçlarını karşılayacağı söylenebilir. Türkiye bulunduğu coğrafî konum açısından jeostratejik bir öneme sahiptir. Asya, Avrupa ve Afrika kıtalarının birleşme noktasında olan Türkiye, enerji kaynakları açısından zengin bölgelere de oldukça yakındır. Bu durum, ülkemiz için oluşturulacak iktisadî diplomasi stratejisinin jeopolitik iktisat açısından değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Bu çalışmada 21. yüzyılda Türkiye'nin iktisadî diplomasi stratejisi jeopolitik iktisat açısından analiz edilmeye çalışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İktisadî Diplomasi, Jeopolitik İktisat, Jeostrateji

Türkiye'de Gıda Güvencesi Kavramı ve Uygulanan Politikalar

Melike COŞKUN[1] **Prof. Dr. Meral UZUNÖZ[2]**

[1]Yıldız Teknik Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bölümü, mcoskun229@gmail.com

[2] Yıldız Teknik Üniversitesi / İİBF, İktisat Bölümü, meral.uzunoz@gmail.com

Özet: Dünyada ve Türkiye'de son zamanlarda en çok dikkat çeken konulardan birisi de gıda güvencesi ve gıda güvenliği konularıdır. Bu konunun öneminin gittikçe artmasında dünya nüfusunda görülen artış, iklimde görülen değişiklikler, tarım ürünlerinin arz ve taleplerindeki değişim ve giderek artan açlık sorununun küresel bir sorun haline gelmesi gösterilebilir. Bunların dışında insan sağlığını tehlikeye atan hastalıklar ve tarımda kullanılan birtakım ilaçların yarattığı tarımsal problemler de gıda güvencesi konusuna önemi artırmaktadır. Gıda güvencesi, insanların sağlıklı ve aktif yaşamlarını sürdürebilmeleri için yeterli, güvenli, besin değeri yüksek gıdaya her zaman ulaşabilmeleri olarak tanımlanmakta ve "gıdanın bulunabilirliği", "gıdaya erişim" ve "kalite ve güvenlik" unsurlarını içermektedir.

Türkiye'de gıda güvencesine yönelik uygulanan politikalar büyük ölçüde serbestlik içeren politikalardır. Tüketimde ve gıda talebinde artış, kuraklık gibi olumsuz iklim koşulları, fiyatlar genel düzeyinin yükselmesi ve insanların bilinçsiz tüketim davranışları sergilemeleri gıda güvencesi ve gıda güvenliğine yönelik endişelerin artmasına neden olmuştur. Bu çalışmada Türkiye'de gıda güvencesi kavramı incelenmiş ve hâlihazırda uygulanan politikalar, yönetmelikler ile AB'ye uyum sürecinde yapılması gerekenler açıklanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gıda Güvencesi, Gıda Güvenliği, Türkiye

Food Assurance Concept in Turkey and Policies Implemented

Abstract: One of the subjects most noticeable lately in the world and Turkey are also food security and food assurance issues. The increase in world population, the changes in the climate, the change in supply and demand of agricultural products and the growing hunger problem is influential in the increasing importance of this issue. Apart from these, some diseases that are risking human health and agricultural problems created by some medicines used in agriculture increase the importance of food security. Food assurance is defined as people's accessing to enough and nutritious food always for leading a healthy and active life. Food assurance includes "food availability", "access to food" and "quality and safety".

The policies implemented in Turkey for food assurance include largely permissiveness. Increased consumption and food demand, adverse climatic conditions such as drought, rising general level of prices, and people exhibiting unconscious consumption behaviors have led to increased concerns food security and food assurance. This study examines the concept of food assurance in Turkey and with already implemented policies, regulations are described to be done in the EU harmonization process.

Key Words: Food Assurance, Food Security, Turkey

Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararları Çerçevesinde Aile İçi Şiddet

Arş. Gör. Meriç KARAGÖZLER[1]

[1]Trakya Üniversitesi / İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, Hukuk Bilimleri Anabilim Dalı, merickaragozler@gmail.com

Özet: Aile içi şiddet konusu, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nde (AİHS) açıkça düzenlenmemiş olmakla birlikte, özellikle kadına ve çocuğa yönelik şiddete ilişkin bireysel başvurular dolayısıyla, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM) önüne gelmiştir. Bu tür başvurularda AİHS'in birden çok maddesi uygulama alanı bulabilmektedir. İşkence yasağını güvence altına alan, mutlak niteliğe sahip 3. madde ile özel hayata ve aile hayatına saygı hakkına ilişkin 8. madde, bunların başlıcalarıdır. Ölümle sonuçlanan aile içi şiddet olayları ise yaşam hakkının (AİHS md. 2) ihlalini gündeme getirmekte ve ölen kişinin yakınları, Taraf Devletin yaşam hakkından kaynaklanan yükümlülüklerini ihlal ettiği iddiasıyla AİHM'e başvurabilmektedir. Aile içi şiddetle ilgili başvurularda, somut olayın niteliğine göre, uygulanabilecek bir diğer madde de etkili başvuru hakkını düzenleyen AİHS md. 13'tür. Öte yandan AİHM, kadına yönelik şiddeti, cinsiyet temelinde ayrımcılığın bir türü olarak değerlendirmektedir. Bu bağlamda, AİHS md. 2, md. 3 ya da md. 8 ile bağlantılı olarak ayrımcılık yasağına ilişkin 14. maddenin ihlali de tespit edilebilmektedir.

AİHM, aile içi şiddetle ilgili başvurularda karar verirken, pozitif yükümlülükler doktrininden faydalanmaktadır. Konuyla ilgili kararlarda belirtildiği gibi, pozitif yükümlülüklerin kabulü, aile içi şiddete devlet müdahalesini mümkün ve hatta zorunlu kılmaktadır. Buna göre; Taraf Devletler, yargı yetkilerine dâhil kişileri, üçüncü kişilerden gelen şiddet eylemlerine karşı korumakla yükümlüdür. AİHS'in bireyler arasındaki uyuşmazlıklara da uygulanabilirliği, yani Sözleşme'nin yatay etkisi sayesinde Taraf Devletler, özel kişiler tarafından gerçekleştirilen hak ihlallerinden dolayı da sorumlu tutulabilmektedir. Aile içi şiddetin önlenmesi ve ortadan kaldırılmasına yönelik etkili önlemler almayan Taraf Devletlerin, "konunun, bu kişilerin özel hayatına ve/veya aile hayatlarına ilişkin olduğu" şeklindeki savunmaları ise Mahkeme nezdinde kabul görmemektedir.

Çalışmamızda, esas olarak, AİHM'in aile içi şiddete ilişkin yaklaşımını ortaya koyduğu kararlarına değinilecektir. Bu çerçevede özellikle bu konuda Taraf Devletlere düşen Sözleşmesel yükümlülüklerin neler olduğunun tespit edilmesi önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: İnsan Hakları, Aile İçi Şiddet, Cinsiyet Temelinde Ayrımcılık, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi.

Edirne İlinde Lavanta Yetiştiriciliğinde Üreticilerin Bilgi Kaynaklarının Belirlenmesi

Dr.Muaffak SARIOĞLU[1] **Ebru IRMAK[2]**

[1]Giresun Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, muaffaks@hotmail.com

[2]Lalapaşa Tarım ve Orman İlçe Müdürlüğü, ebruirmak22@hotmail.com

Özet: Tıbbi ve aromatik bitkiler grubuna giren lavanta bitkisinin ünü Trakya Bölgesinde her geçen gün daha da artmaktadır. Edirne ilinde 2016 yılında küçük çapta lavanta üretimine başlanmıştır.

2018 yılında Edirne'de tarımsal çeşitliliği artırma, tarımsal girdilere katkı sağlama ve tarım odaklı kültürel - gastronomi turizmine destek olmak amacı ile **'Edirne Lavanta Tarla Günleri: Edirne Mis Kokacak**' adlı etkinlik düzenlenmiştir. Adı geçen etkinlik Trakya Tarımsal Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Edirne İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü ve Edirne Tanıtım ve Turizm Derneği işbirliği ile yapılmıştır. Yapılan etkinlik lavanta yetiştiriciliği konusunda farkındalık yaratmıştır

Edirne İlinin; Keşan, Süloğlu, Uzunköprü ve Meriç İlçelerinde üreticilerin kendi çabalarıyla lavanta üreticiliği yaygınlaşmaktadır. Edirne Merkezde ise; Trakya Araştırma Enstitüsünün deneme tarlalarında lavanta üretimi gerçekleştirilmektedir.

Bu araştırma, Edirne ili için oldukça yeni bir bitki olan lavanta yetiştiriciliği yapan üreticilerin bilgi kaynaklarının belirlenmesine yönelik olarak yapılmıştır. Bu amaçla çiftçi kayıt sistemine kayıtlı lavanta yetiştiriciliği yapan üreticiler yanında Keşan Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Üretim ve Pazarlama Kooperatifi (ABİTKOOP) ile de görüşmeler yapılmıştır.

Yapılan görüşmelerin sonuçlarına göre; lavanta yetiştirenlerin lavanta yetiştiriciliğinden haberdar olma, ilgi duyma, değerlendirme, deneme ve kabul safhalarında Bulgaristan'dan gelen göçmenlerin diğer kaynaklara göre daha etkin olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Lavanta, Edirne, Tarımsal Yayım

Determination Of Information Resources Of Levander Producers In Edirne

Muaffak SARIOĞLU[1] **Ebru IRMAK[2]**

[1]Assistant Professor, Giresun Üniversity, Vocational School of Technical Sciences, muaffak.sarioglu@giresun.edu.tr

[2]Agriculture Engineer, Directorate of Agriculture and Forestry, Lalapaşa District of Edirne Province, ebruirmak22@hotmail.com

Abstract: The reputation of the lavender plant entering the medical and aromatic plant group is increasing day by day in Thrace Region. Small-scale lavender production started in Edirne province in 2016.

"Edirne Lavender Field Days: Edirne Sweet Smell" was organized in order to increase the agricultural diversity, to contribute to the agricultural inputs and to support agriculture - oriented cultural - gastronomic tourism in Edirne in 2018. The event was held in cooperation with the Thrace Agricultural Research Institute, Edirne Provincial Directorate of Food, Agriculture and Animal Husbandry and Edirne Promotion and Tourism Association. The event created awareness about lavender cultivation.

The producers are making lavender production with their own efforts in Keşan, Süloğlu, Uzunköprü, and Meriç districts of Edirne. In the center of Edirne; lavender production is carried out in the experimental fields of the Thrace Research Institute.

This research was carried out in order to determine the sources of knowledge of the producers of lavender, which is a fairly new plant for Edirne province. For this purpose, the research was conducted by the producers engaged in lavender cultivation registered with the farmer registration system, and Keşan Medical and Aromatic Plant Production and Marketing Cooperative (ABİTKOOP).

According to the results of the interviews and research it is seen that migrants from Bulgaria are more active than other sources in awareness, interest, evaluation, trial, and adoption stages in lavender cultivation of lavender growers.

Keywords: Levander, Edirne, Agricultural Extension

4721 Sayılı Türk Medeni Kanunu'nda Boşanma Sebepleri

Arş. Gör. Oğuz ERSÖZ[1]

[1]Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Hukuk Fakültesi Özel Hukuk Bölümü, oersoz@nku.edu.tr

Özet: Bir kadın ve erkek arasında usulüne göre yetkilendirilmiş evlendirme memuru önünde aile kurma amacıyla sözlü biçimde iradelerin açıklanmasıyla yapılan medeni hukuk sözleşmesi ile evlilik hukuki ilişkisi kurulmaktadır. Evlenme ile eşler mutlu, huzurlu ve sağlıklı bir aile yuvası kurmayı arzu ederler. Ancak eşlerin bu beklentisi gerçekleşmemişse ya da eşler üzerine düşen sorumlulukları yerine getir(e)miyorlarsa böyle bir evliliğin devamı gerek eşler gerekse de çocuklar ve toplum açısından sorunlardan başka bir şey sağlamaz. İşte bu tarz bir evliliğin eşler henüz hayattayken ortadan kaldırılması zorunluluğu boşanma kurumunu ortaya çıkarmıştır. Evliliği ortadan kaldıran, kamuoyunda sürekli olarak ilgi uyandıran ve daima güncelliğini muhafaza eden boşanma kurumu, 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu'muzun Aile Hukuku başlıklı ikinci kitabının Evlilik Hukuku başlıklı birinci kısmının ikinci bölümünde 161-184. maddeleri arasında oldukça detaylı şekilde düzenleme altına alınmıştır.

Hukukumuzda boşanma, kanunda sınırlı sayıda ve emredici nitelikte düzenlenen sebeplerden birine dayalı olarak açılan dava neticesinde hâkimin vereceği geleceğe etkili özellik gösteren yenilik doğurucu niteliği haiz karar ile gerçekleşmektedir. Boşanma sebepleri ise TMK m. 161-166 arasında düzenlenmektedir. İlgili hükümlere göre boşanma sebepleri; zina (TMK m.161), pek kötü davranış, hayata kast ve onur kırıcı davranış (TMK m.162), haysiyetsiz hayat sürme (TMK m.163), suç işleme (TMK m.163), terk (TMK m.164), akıl hastalığı (TMK m. 165), evlilik birliğinin temelinden sarsılması (TMK m.166/1), anlaşmalı boşanma (TMK m.166/3) ve fiili ayrılık (TMK m.166/4) olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu boşanma sebepleri de etkilerine göre yapılan ayrım uyarınca mutlak boşanma sebepleri ve nispi boşanma sebepleri, konularına göre yapılan ayrıma göre ise özel boşanma sebepleri ve genel boşanma sebepleri olarak ele alınabilmektedir.

Evlilik gibi bir ömür boyu etki gösterebilen şahsi ve mali sonuçlar doğuran bir sözleşmenin ortadan kaldırılmasını sağlayan boşanmanın sebeplerinin özellikleri ve koşullarının ortaya konulması büyük önem arz etmektedir. Çalışmamızda, 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu'nda düzenlenen boşanma sebepleri öğretideki görüşler ve yargı kararları bağlamında detaylı olarak inceleme konusu yapılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Evlenme, Boşanma, Mahkeme Kararı, Mutlak Boşanma Sebebi, Nispi Boşanma Sebebi.

Otizmli Yetişkin Bireylerde Masa Tenisi Oynama Becerisinde Doğrudan Öğretim Yönteminin Etkililiği

Onur ALAN[1] Hatice KARAOĞLAN[2] Özgür KURT[3]

[1]Yüksek Lisans, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Rekreasyon Yönetimi ABD.,

[2]Lisans Öğrencisi, Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Özel Eğitim Öğretmenliği, Edirne-Türkiye,

[3]Doktora Öğrencisi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İnterdisipliner Engelli Çalışmaları ABD., Edirne-Türkiye, ozgurustunerkurt@gmail.com, Sorumlu Yazar

Özet: Bu araştırmanın amacı, otizmli yetişkin bireylerde masa tenisi oynama becerisinin kazandırılmasında doğrudan öğretim yönteminin etkililiğini araştırmaktır. Otizmli bireyler fiziksel görünüm olarak yaşıtlarından farklı olmamasına rağmen, psikolojik ve sosyal açıdan desteklenmelidir. Bu problem durum düşünülerek; yetişkin otistik bireylerin rekreasyonal faaliyetleri ile psikolojik ve sosyal gelişimlerini, beden duruşunu ve dikkat gelişimlerini sağlamayı hedefleyen bir vaka çalışmasıdır. Araştırmaya 24 yaşında otizm tanısı almış bir erkek birey katılmıştır. Katılımcının araştırma'ya dahil edilmesinde daha önce masa tenisi oynama becerisine sahip olmamasının yanı sıra ön koşul becerilere sahip olması gerekmektedir. Ön koşul beceriler arasında (a) sözel yönergeleri (raketi tut, kolunu yukarı kaldır, topa vur) alabilmekte ve yerine getirebilmektedir, (b) görsel ve işitsel uyaranlara dikkatini yöneltebilmektedir, (c) daha önce doğrudan öğretim yöntemi ile aktivitede bulunmaması gerekmektedir. Araştırma Trakya Üniversitesi Kırkpınar Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunun salonunda yürütülmüştür. Çalışmalar bire bir yapılandırılmış ortamda ve haftanın üç günü gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın bağımlı değişkeni katılımcının masa tenisi oynama beceri düzeyidir. Araştırmanın bağımsız değişkeni, doğrudan öğretim yöntemidir. Araştırmada veri toplamak için; başlama düzeyi, uygulama, izleme ve genelleme oturumlarının veri toplama formu ve doğrudan öğretim sürecinin etkililiğini, kalıcılığını ve genellemesini belirlemek amacıyla tek-denekli araştırma yöntemlerinden sıklıkla kullanılan grafik analiz tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmada, katılımcının uygulama evresinde %100 düzeyinde gelişme sergilediği gözlenmiştir. Ayrıca araştırma sonucunda 7, 10 ve 15 gün sonra izleme oturumları gerçekleştirilmiştir. Katılımcı %100'lük ölçütü farklı ortamda da genellemiştir. Aynı zamanda araştırmada uygulama ve gözlemciler arası güvenirlik verileri toplanmıştır. Gözlemciler arası güvenirlik ve uygulama güvenirliği verilerini toplamak amacıyla, yapılan çalışmanın tüm oturumları video'ya kaydedilmiştir. Bu araştırmada elde edilen gözlemciler arası güvenirlik katsayısı verisi %100 olduğu ve uygulama güvenirliği verilerinin tüm oturumlarda %100 güvenirlik düzeyinde gerçekleştiği görülmektedir. Araştırma bulguları, otistik yetişkin bireylere doğrudan öğretim yönteminin masa tenisi oynama becerisi kazandırılmasında etkili olduğunu göstermektedir.

Anahtar kelimeler: masa tenisi, doğrudan öğretim, otizm

İşletmelerde Mali İşler Departmanlarının Kar Merkezine Dönüşüm Süreci

Dr. Öğretim Üyesi Orkun İçten[1]

[1] İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Uluslararası İşletmecilik ve Ticaret Bölümü, oicten@gelisim.edu.tr

Özet: İşletme yönetiminin temel amacı işletmelerinin karını arttırmak ve işletme değerini yükselterek işletme sahiplerinin varlıklarına katkıda bulunmaktır. Bu amaç çerçevesinde işletme yönetimi stratejiler geliştirir, bu stratejilerin eyleme dönüştürülmesini sağlayan hedefler koyar ve bu hedeflerin gerçekleştirilmesi ilgili durumunu değerlendirerek analizler gerçekleştirir. Başarılı bir performans yönetim sisteminin temel taşlarından olan sorumluluk merkezleri tüm işletme birimlerinin aynı hedefe yönelik olarak faaliyet göstermelerini sağlayan kontrol araçlarıdır. Klasik sorumluluk merkezi yaklaşımı içerisinde tanımlanan kar, masraf ve yatırım merkezleri ayrımı artık günümüzdeki yoğun rekabetçi ekonomik yaşam içerisinde sürekli katma değer üretme, yenilik geliştirme ve üretkenlik gereksinimi nedeniyle neredeyse geçerliliğini yitirmiş ve artık tüm işletme birimleri için kar merkezi olma bir zorunluluk haline gelmiştir. İşletme içerisindeki tüm birimlerin kesiştiği bir birim olan mali işler departmanları işletme performansı ile ilgili büyük resmi görebilen işletme yönetiminin en önemli stratejik ortağı durumundadır. Sürekli olarak işletmelerde bir masraf merkezi olarak kabul edilen mali işler departmanlarının bir kar merkezi haline dönüşmesi her şeyden önce gerek mali işler departmanları ve gerekse işletmedeki diğer departmanlar açısından bir yaklaşım ve zihniyet değişiminin zorunlu kılmaktadır. Mali işler departmanları işletmedeki büyük resmi görmenin avantajını kullanarak her bir işletme biriminde meydana getirebileceği üretkenlik artışı, gider ve maliyet azalması, ekonomik çözümler ile ilgili katma değer artışını ortaya koyabilmeli ve diğer birimlerin bu anlamda bir stratejik ortağı olduğunu ifade edebilmelidir. Bir kar merkezi olmanın en önemli özelliği işletmede meydana getirilen katma değer artışının ölçülmesi ve paylaşılmasıdır . Mali işler departmanları elde ettiği deneyim ve bilgi birikimiyle sadece kendi işletmesi için değil başka işletmeler için de katma değer üretebilir ve hatta kendi işletmesinden bağımsız bir işletme haline de gelebilir. Mali işler departmanlarının bir masraf merkezinden bir kar merkezine dönüşme süreci aynı zamanda içinde zorlukları da barındıran bir süreçtir. Önemli olan işletme yapısına en uygun bir şekilde sürecin tamamlanması ve yönetimidir.

Anahtar Kelimeler: Mali İşler Departmanı, Kar Merkezi, Stratejik İş Ortağı

Olimpiyatlarda İlk Kadınlar: Türkiye Örneği

Doç. Dr. F. Pervin BİLİR[1]

[1]Çukurova Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Spor Yöneticiliği Bölümü, Spor Yönetim Bilimleri Anabilim Dalı /ADANA

Özet: Her sporcunun hayali olimpiyatlarda yarışmaktır. Olimpiyat hayalinin gerçekleştirilmesi uzun soluklu ve zorlu bir süreç gerektirir. Bu süreci yaşamış, olimpiyatlarda başarılı olmuş ilk kadınların spora başlama öyküleri, başarıları ve spor sayesinde elde ettiklerinin incelenmesi bu çalışmanın amacını oluşturmuştur. Bu çalışma bir derleme çalışması olup, ele alınan ilk kadınlar ile ilgili veriler, gazete arşivlerinden, kitaplardan, video filmlerinden ve internet kaynaklarından elde edilmiştir.

Tarihsel süreçte kadınlar ve erkeklerin spora katılımdaki görünümüne bakıldığında çoğunluğunu erkeklerin oluşturduğu bir tablo ile karşılaşmak ve tablonun günümüzde de devam ediyor oluşu, önemli bir sorun alanının varlığına vurgu yapar. Şimdilerde görüyoruz ki sporda kadın var fakat hala azınlıktalar. Bu azınlık içinde de etik kurallara aykırı olarak doping sorunu yaşamaktadırlar. Spora emek veren kadınların geldikleri noktaya kadar karşılaştıkları ve yaşadıkları deneyimler düşünüldüğünde spor alanında var olma da toplumsal cinsiyet rollerinin etkili olduğu söylenebilir. Ancak spora katılımları sayesinde toplumda kendilerine bir yer edinebilmişlerdir.

Sonuç olarak, Türkiye'deki kadınların spora katılımları çağdaş bir dünya oluşturmanın bir gereğidir. Nicel olarak azınlıkta oldukları için katılım yönünde özel çaba gösterilmesine gereksinim duyulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Spor, olimpiyatlar, ilk kadınlar, toplumsal cinsiyet

The First Women in Olympics: The Case Of Turkey

Abstract: Every athlete's dream is to compete in Olympic Games. The realization of the olympic dream requires a long-running and difficult process. Investigating the beginning sports stories of the first women who experienced this process and became succesful in olympics, their success and what they gained by means of sport are the objectives of this study. This is a compilation study and the first data regarding the first women were gained from books, newspaper archives, video movies, internet sources.

Looking through the participation in sports of men and women in historical processes, we see the situation that there is a majority of men and also its continuing at the present day emphasize a major problem area. Nowadays, there are women in sports but still as minorities. Even in this minority, there is a doping problem contrary to ethical rules. When it is considered the experiences of women, who labors to sports, up to the current point, it can be stated that social gender roles are effective for existence in sports. Only by participating in sports they could have a place in society.

As a result, participation of women in sports in Turkey is a necessity of building a modern world. Since they are minorities quantitatively, it is required special effort for their participation.

Key Words: Sports, the olympics, the first women, social gender

Çoklu Zeka Alanları ve Algılanan Liderlik Davranışları İlişkisi: Hokey Sporcuları Örneği

F. Pervin BİLİR[1] **Nurşen ŞAHİN[2]** **Ali YILDIRIM[2]**

[1]Çukurova Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Spor Yönetim Bilimleri ABD.

[2]Çukurova Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor ABD.

Özet:

Amaç: Bu çalışmada, hokey sporcularının çoklu zeka alanları ve antrenörlerinin liderlik davranışlarını algılamaları arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Gereç ve Yöntem: Bu çalışma tanımlayıcı ve ilişkisel bir çalışma olarak tasarlanmıştır. Mersin ilinde düzenlenen "2017-2018 Sezonu Salon Süper Lig"e katılan sporculardan, 56 kadın ve 62 erkek toplamda 118 sporcu örneklem grubunu oluşturmuştur. Veriler, Chelladurai ve Saleh (1980) tarafından geliştirilen "Sporda Liderlik Ölçeği" ve Gülşen (2015) tarafından geliştirilen "Çoklu Zeka Alanları Değerlendirme Ölçeği" aracılığıyla toplanmıştır. Verilerin analizinde; frekans, yüzde, ortalama hesaplamaları ve Spearman's rho korelasyon testi kullanılmıştır.

Bulgular: Çalışmanın bulgularına göre; sporcuların müziksel zeka alanlarının orta düzeyde gelişmiş; sözel, mantıksal, görsel, bedensel ve içsel zekalarının gelişmiş; doğacı ve sosyal zekalarının da çok gelişmiş düzeyde olduğu saptanmıştır. Sporcuların antrenörlerinin liderlik davranışlarını en yüksek eğitim ve öğretim, en düşük otokratik davranış alt boyutlarında algıladıkları görülmüştür. Sporcuların çoklu zeka alanları ile antrenörlerinin liderlik davranışları algılamaları arasında sözel zeka ile eğitim öğretim ve sosyal destek arasında pozitif orta düzeyde bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir.

Sonuç: Sonuç olarak sözel zekası gelişmiş sporcular, antrenörlerinde eğitim ve öğretim, sosyal destek liderlik davranışlarını daha iyi algıladıkları yönünde ipucu sunduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Hokey Sporcusu, Çoklu Zeka Alanı, Antrenör, Liderlik

Relationship Between Multiple Intelligence Areas and Perceived Leadership Behaviors: The Sample Of Hokey Athletes

F. Pervin BİLİR[1] **Nurşen ŞAHİN[2]** **Ali YILDIRIM[2]**

[1]Çukurova University, School of Physical Education and Sports, Department of Sport Management Sciences

[2]Cukurova University, Institute of Health Sciences, Department of Physical Education and Sports

Abstract:

Objective: In this study, it is aimed to investigate the relationship between the multiple intelligence areas of the hockey athletes and their perception concerning their coaches' leadership behaviours.

Material and Method: This study was designed as descriptive and relational. 118 athletes, 56 of them females and 62 of them males, who participated to 2017-2018 Indoor Super League Season consitute the sample group. Data were gathered through Leadership Scale for Sport (LSS) which was developed by Chelladurai and Saleh (1980) and The Scale for Assessment of Multiple Intelligence Areas which was developed by Gülşen (2015). Frequencies, percentage, mean scores and Sperman's rho correlation tests were used for the analysis of the data.

Findings: According to the findings of the study, It has been found that the hockey athletes have medium level advanced musical intelligence; advanced verbal, logical, visual, physical and internal intelligence and very advanced naturalist and social intelligence. It has been found that the athletes perceive the leadership behaviours of their coaches at most in training and instruction whereas at least in autocratic behaviour sub-dimensions. It has been determined that there is a positive moderate relationship between verbal intelligence and training and instruction and social support concerning the multiple intelligence areas of the hockey athletes and their coaches' leadership behaviours they perceive.

Result: As a result, it can be said that the athletes who have advanced verbal intelligence give clue on that they perceive the leadership behaviours more clear concerning training and instruction and social support in their coaches.

Key Words: Hockey Athlete, Multiple Intelligence Area, Coach, Leadership

The Place of Agricultural Holdings and Co-Operatives in the Agriculture of Macedonia

Romina Kabranova[1] **Boris Anakiev**

[1] University Ss. Cyril and Methodius in Skopje, Faculty of Agrıcultral Sciences and Food-Skopje, Macedonia, romina@fznh.ukim.edu.mk

Abstract: Macedonian agriculture is divided between two sectors, which according to the official statistics are: Agricultural holdings and cooperatives and Individual agricultural holdings. It is known that in all capacities, the ownership of individual agricultural holdings is dominant, but also that the land capacities are divided, small and with relatively limited opportunities for higher productivity compared to agricultural holdings and cooperatives, which are "successors" social agricultural enterprises, which have relatively large complexes, and quality land surfaces, but the inheritance is on a relatively small scale of the surface due to the privatization process. The purpose of this research (based on the official statistics of the Republic of Macedonia) is to get to know the development of the agricultural holdings and cooperatives and their place in the realization of the Macedonian agriculture today. As a starting point, the analysis of the first year of the independence of the Republic of Macedonia was carried out, that is, 1991. In that year agricultural holdings and co-operatives were 24, with 28443 workers. Then, they had 204,000 hectares of arable land. According to the agricultural census in 2007, the number of agricultural holdings and cooperatives amounted to 297, and it had 59.5 thousand hectares of arable land, with wheat yield of only 2.8 tons/ha, compared to the individual holdings of 2.3 t/ha. The reduction of arable land in the Republic of Macedonia is going on for almost a year, therefore, some agricultural holdings and cooperatives have 44.6 thousand hectares of arable land. As for yields, as an important indicator of development, we can conclude that in agricultural holdings and cooperatives as well as in individual economies, they are unstable in the past years. The orientation towards intensive systems in agricultural production shows an increase in fruit growing in recent years for about 200 hectares, while viticulture has declined in areas due to the varietal reorientation and old age of the plantations. In individual holdings there is a relative increase in both fruit growing and viticulture. Macedonia has relatively large areas of pastures that account for 59.3% of the total agricultural area, however, the state is import dependent on meat and milk due to undeveloped livestock in both sectors. Most of the pastures are mountainous, with great convenience for the development of sheep breeding, however, from two million sheep in the past, in Macedonia today there are about 705 thousand sheep in the individual sector, and only 33 thousand in agricultural holdings and cooperatives.

Keywords: agricultural holdings, development, production, area, yield

Deformed and distorted Children by the process of growing up in modern society in The Education of Skinny Spew and Gum and Goo by Howard Brenton.

Assist. Prof. Sedat BAY[1]

[1]Assistant Professor at the Department of English Language and Literature, Faculty of Letters, Sivas Cumhuriyet University / Turkey

Abstract: It is a common characteristic of Howard Brenton's works that the children in are mostly corrupted, decayed or deformed ones who do not have smooth relationships with their families or the society. What shapes the children's behavior are the terrible and violent suggestions of a society which seems to be civilized, modern and safe. The reason lying behind the corruption of the child characters in his plays seems to be the process of growing up in modern society which molds them into creatures with anarchic imagination full of sub-cultural world of real or fictional monsters. The modern society in which the children are born begins to mold them either as soon as they are born or, as in the case of *the Skinny Spew,* even before their birth. That the parents in both plays are adults without the ability to appreciate or control their children, can be extended to all the adult figures of Brenton's plays. That's why the children's inner life becomes a terrible condition from which they cannot escape. Our study will focus on how the society and social order represented by their parents mold the children and to which extent they are driven to rebel against those their families and social institutions with which they are obliged to be into contact. In short we will focus on how this "inverse" education threatens their inborn creativity and imagination and then destroys them.

Keywords: The Education of Skinny Spew, Gum and Goo, Howard Brenton, Modern Society, Corruption

E-Ticaretin Türkiye'de Gelişimi ve Geleceği Üzerine Bir Analiz

Öğr. Gör. Seyfi AKTOPRAK[1]

[1]Trakya Üniversitesi / Uzunköprü Meslek Yüksekokulu, seyfiaktoprak@trakya.edu.tr

Özet: E-ticaret (Elektronik Ticaret) kavramı; aslında 1995 yılından sonra web tabanlı uygulamaların yaygınlaşmaya başlamasıyla önem kazanmıştır. Yaygınlaşma süreci ile birlikte ticaretin web tabanlı yapılması kavramı, küresel boyuta taşımıştır. Özellikle son on yılda on kattan daha fazla gelişen e-ticaret aslında bu durumun bir doğal sonucu olarak Türkiye ve dünyada internet girişimciliği büyük bir önem kazanmıştır. E-ticaret kavramıyla birlikte bu kavramın hukuksal, ekonomik, güvenlik ve sosyolojik durumu ile ilgili yazında birçok tartışmanın varlığı görülmektedir. Ayrıca kavram, sadece bireyin internet üzerinden ticari işlem yapması gibi dar bir bakış açısına indirgenemez. E-ticaretin birçok aktörü bulunmaktadır. Bunları; üretici, tüketici, alıcı, satıcı, aracı, vb. olarak saymak mümkündür. Bu çalışmada bu aktörler yerine devletlerin ve ulus-ötesi örgütlerin kavrama yaklaşımını tümden varım yöntemiyle Türkiye özelinde incelemesi amaçlanmaktadır. Örneğin, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development / OECD), Avrupa Birliği (European Union/ AB), Amerika Birleşik Devletleri (United States/ ABD) gibi devletler ve ulus-ötesi örgütler, e-ticaretin küreselleşmesi ve sağlıklı bir yapıda gelişmesi konusunda 1990'ların sonlarından beri stratejiler geliştirmektedir. Türkiye özelinde ise bu gelişmeleri yakından takip ederek yasal düzenlemeleri gerçekleştirmektedir. Bu duruma örnek olarak, 06 Haziran 2017 Tarihli Resmi Gazete' de yayımlanan "*Elektronik Ticarette Güven Damgası Hakkında Tebliğ*" olarak gösterilebilir.
Bu çalışma "*E-ticaretin gelişimi ve geleceği dünyadaki trendlerin Türkiye'de takip ediliyor mu*?" sorusuna yanıt aramak için kaleme alınmıştır. Çalışmanın birinci bölümünde E-ticaret kavramı tarihsel boyutuyla açıklanacaktır. İkinci bölümde devlet ve ulus-ötesi örgütler bağlamında değerlendirme yapılacaktır. Üçüncü bölümde ise çalışmanın sorunun çözümlenmesi amacıyla Türkiye özelinde bir analiz yapılacaktır. Son bölümde ise değerlendire ve çözüm önerilerine yer verilecektir.

Anahtar Kelimeler: E-ticaret, Türkiye ve E-Ticaret, İnternet,

Alija İzetbegoviç: Mütedeyyin, Mütefekkir ve Mücahit

Yunus Güler[1]

[1]Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi, Tarih Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi,

e-mail: ygyunusguler@gmail.com.

Özet: Dava olgusu ulvi bir meseleye dayanmaktadır. Kimi milletinden kimi dininden kimi ise toprağından alır bu meselenin tözünü. Alija, bunların üçünden de faydalanarak 20. Yüzyılın sonunda Bosna Hersek üzerine bir güneş gibi doğdu. Bütün gücünü dinden alıp, öz fikirleriyle onu yoğurarak bir millet yaratımında başrolde yer aldı. Sadece fikir üretmedi bu fikirleri için hapis yattı ve kendi inandıkları doğrultusunda savaşı göze aldı. En umutsuz olduğu anlarda dahi inancını kaybetmeyerek Boşnaklara ayakta kalmayı ve mücadeleye etmeyi öğretti. Batı'nın kendi değerlerini yitirdiği bir dönemde demokrasiye olan inancıyla bir bakıma Batı'ya ders verdi. Savaş esnasında onun insan haklarına olan saygısı Avrupa'nın çığırtkanlığını yaptığı insan hakları bildirgesinden daha evrensel ve daha realistti. Alija'yı sade bir devlet adamı olarak görmek en büyük yanlıştır, Alija bir dava adamıydı, komünist rejim altındayken de Avrupa'nın tahakkümü altındayken de davasından vazgeçmedi. Bir mücahit gibi yıllarca davasını sürdürerek zaferi elde etti. Bugün Izzetbegoviç'i anarken hamasi söylemlerden öteye geçemiyoruz. Onun fikir alt yapısını, İslam için verdiğini mücadeleyi anlamadıkça Alija'nın ne yapmak istediğini ve yıllarca ömrünü ne uğurda harcadığını idrak edemeyiz. 21.yüzyılın başında bu dünyadan göçtüğünde bizlere emanet ettiği Bosna'nın yanı sıra bir de emanet olarak bıraktığı davası var. Bu çalışmamızda Alija'nın fikirlerinin kaynağını ve bu fikirlerin ondaki etkilerini inceleyerek Bosna'nın bağımsızlığa kavuşmasında onun mücadelesinin ve azminin Bosna halkındaki yansımalarına değineceğiz.

Anahtar Kelimeler: Alija, Fikir, Mücadele, Bosna.

Pedagojik Formasyon Öğrencilerinin Özel Eğitim Dersine Yönelik Tutumlarının İncelenmesi

Arş. Gör. Zekiye Hande Yılmaz[1] **Arş. Gör. Dr. Aynur Gıcı Vatansever[2]**

[1]Trakya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Özel Eğitim Bölümü, zhandeunal@trakya.edu.tr

[2]Trakya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Özel Eğitim Bölümü, aynurgvatansever@trakya.edu.tr

Özet: Pedagojik formasyon eğitimi sertifika programı kapsamında öğretmen adaylarına verilen Özel Eğitim dersinde, özel eğitimle ilgili temel tanımlar ve ilkeler, özel gereksinimli olma nedenleri, çeşitli yetersizlik gruplarının özellikleri ve eğitimleri, özel eğitime gereksinim duyan çocukların ailelerinde gözlenen tepkiler, özel eğitim hizmeti veren kurum ve kuruluşlar ve ülkemizde özel eğitimin durumuna ilişkin bilgiler verilmektedir. Bu ders öğretmen adaylarının mesleki yaşantılarında özel gereksinimli bireylere karşı tutumları ve onlara sağlayacakları eğitim ortamı açısından önem taşımaktadır.

Bu araştırmanın amacı, pedagojik formasyon öğrencilerinin Özel Eğitim dersine yönelik tutumlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesidir. Araştırmaya 2015-2016 eğitim öğretim yılında Trakya Üniversitesi Pedagojik Formasyon Eğitimi Sertifika Programına kayıtlı ve program kapsamında seçmeli ders olarak Özel Eğitim dersini alan 159 öğrenci katılmıştır. Tarama yönteminin kullanıldığı araştırmanın verilerini toplamak amacıyla Fırat Durdukoca (2015) tarafından geliştirilen "Özel Eğitim Dersi Tutum Ölçeği" kullanılmıştır. Araştırma bulgularına göre pedagojik formasyon öğrencilerinin Özel Eğitim dersine yönelik tutumları cinsiyet, yaş, öğretmenlik deneyimi, çevresinde özel gereksinimli birey bulunup bulunmamasına göre anlamlı farklılık göstermezken, branş ve özel gereksinimli bireyle çalışma deneyimi olup olmamasına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Özel gereksinimli bireyle çalışma deneyimi olan öğrencilerin Özel Eğitim dersine yönelik tutumlarının daha olumlu olduğu görülmüştür. Branş bazında Türk Dili ve Edebiyatı ve Turizm ile İktisadi ve İdari Bilimler ve Mütercim Tercümanlık bölümleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Araştırma bulgularından yola çıkarak öğretmen adaylarının özel gereksinimli bireylerin eğitim aldığı kurumlarda eğitim-öğretim etkinliklerine katılmasının özel eğitime ve özel gereksinimli bireylere karşı tutumlarında olumlu etkileri olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Pedagojik Formasyon, Özel Eğitim, Tutum